

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

پرش شاخص بورس تهران به ارتفاع ۳۳۲ هزار واحد

بورس رکورد شکست

شاخص بورس در جریان معاملات دومین روز هفته ۴ هزار و ۹۴۲ واحد دیگر رشد کرد و به ارتفاع ۳۳۲ هزار واحد صعود کرد. شاخص بورس تهران درحالی دیروز به ارتفاع ۳۳۲ هزار و ۵۶۷ واحد رسید که می‌توان...

۵

راه اندک بودجه ۹۹ تا ۲ هزار هزار میلیارد تومانی شدن

جزئیات بودجه سال آینده

فرصت امروز: جزئیات لایحه بودجه سال آینده به عنوان چهارمین بودجه قانون برنامه ششم توسعه منتشر شد و روز گذشته از سوی رئیس‌جمهور تقدیم مجلس شورای اسلامی شد؛ لایحه بودجه‌ای که رقم کل آن را بشد ۱۴ درصدی نسبت به بودجه سال ۹۸ به ۱۹۸۸ هزار میلیارد تومان رسیده است. همچنین بودجه عمومی دولت در سال آینده ۵۶۳ هزار میلیارد تومان است که نسبت به امسال ۸.۲۶ درصد افزایش نشان می‌دهد. دولت در لایحه بودجه سال آینده پیش‌بینی کرده درآمدهای مالیاتی نزدیک به ۲۷ درصد نسبت به قانون بودجه سال ۹۸ افزایش یابد، اما شاید مهمترین ویژگی بودجه سال آینده، درآمدهای نفتی و نحوه هزینه‌کرد آن...

۲

شخصیت‌های حقوقی در بودجه سال آینده چقدر مالیات می‌دهند؟

مسیرهای درآمدزایی دولت در بودجه ۹۹

۳

مدیریت و کسب‌وکار



جوزف کابان
طراح بوگاتی و برون
به فولکس واگن پیوست

- چرا گردشگری بهترین صنعت جهان معرفی می‌شود
- بستنی دوندورما: جاذبه پولساز گردشگری
- ۵ درس بازاریابی از ترند «جمعه سیاه»
- بررسی ۱۶ ایده تازه برای بازاریابی محتوایی
- استراتژی‌های ساده برندسازی بهتر از طریق شبکه‌های اجتماعی
- برندسازی و تعامل بهینه با مشتریان

۱ تا ۶

منابع درآمدی بانک‌ها در بودجه سال آینده ۱۱۹ هزار میلیارد تومان شد تحولات بودجه در بخش پولی و بانکی



۴

یادداشت

آن روی سکه آزادسازی نرخ بنزین

علی‌نصیری

کارشناس اقتصادی

عمده اقتصاددانانی که دم از افزایش قیمت بنزین می‌زنند، شرایط جامعه را تحلیل نمی‌کنند. آنان صرفاً به بیان نظریات آکادمیک اقتصادی اکتفا می‌کنند و نه تحلیل شرایط. در دنیای بیرون از تئوری‌ها، اقتصاد مانند هزاران گوی سا زنجیرهای به هم پیوسته می‌ماند که تغییر هر یک از آنها می‌تواند نوسانات مثبت و منفی بر سایر گوی‌ها داشته باشد. نمی‌شود با تئوری‌هایی که با فرض ثابت ماندن سایر متغیرهاست، در دنیای واقعی تصمیم گرفت. برای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری باید تئوری‌های اقتصادی، شرایط جامعه، تاریخ اقتصادی، اقتصاد سیاسی، جغرافیا و فرهنگ را در نظر گرفت، اما در جریان افزایش اخیر بهای سوخت، اقتصاددانان یادشده تورم ناشی از افزایش بنزین را کم تخمین می‌زنند.

براساس اقتصاد تاریخی ایران می‌توان گفت که افزایش بهای بنزین نه تنها تورم ناشی از افزایش هزینه تمام‌شده را بالا می‌برد، بلکه عمده تاثیر آن بر تورم را انتظارات شکل می‌دهد. حساسیت جامعه به افزایش نرخ بنزین موج عظیمی از انتظارات تورمی در جامعه ایجاد می‌کند. نه تنها این، بلکه انتظارات تورمی باعث...

۳

۳ سناریو درباره تأثیر متغیرهای اقتصادی بر احساس خوشایند زندگی

اثرگذاری اقتصاد بر شادی مردم

حوزه دانشگاهی، در حال شتاب‌گرفتن است و داده‌های جهانی سلامت ذهن به‌طور فزاینده‌ای در هر دو سطح تحلیل اقتصادی خرد و کلان، در حال استفاده هستند.

اقتصاددانان زیادی به ارزیابی چگونگی تأثیرگذاری عوامل اقتصادی نظیر درآمد، ثروت و اشتغال و نیز عوامل غیراقتصادی از جمله ویژگی‌های شخصیتی و عوامل اجتماعی و جمعیت‌شناختی روی شادی افراد پرداخته‌اند. تحقیقات اقتصاد شادی نشان می‌دهد که افراد شادتر می‌توانند بهره‌ورتر و نوآورتر باشند که کارشان منجر به سودآوری بیشتر و رشد اقتصادی می‌شود، بنابراین تلاش برای اندازه‌گیری شادی و طراحی سیاست‌ها برای بهبود شادی یا توجه به عوامل مؤثر بر آن، ضروری به نظر می‌رسد. در اکثر مطالعات انجام‌شده تاکنون تأثیر متغیرها بر شادی به‌صورت خطی مورد بررسی قرار گرفته و تنها اندک مطالعاتی رابطه غیرخطی برخی از متغیرها را روی شادی تحلیل کرده‌اند که از این دسته مطالعات نیز تعداد انگشت‌شماری به بررسی تأثیر آستانه‌ای پرداخته‌اند. نکته قابل توجه این است که تاکنون هیچ مطالعه‌ای به بررسی روند تأثیرگذاری یک متغیر روی شادی توأم با در نظر گرفتن تغییرات یک متغیر دیگر نپرداخته است و این مسئله اصلی پژوهش حاضر است.

داده‌های مورد بررسی این پژوهش با در نظر گرفتن محدودیت‌های متعددی نظیر نبود دسترسی به داده‌های شادی بسیاری از کشورهای و نیز نبود دسترسی به داده‌های برخی از متغیرهای این پژوهش در برخی کشورها در دوره مورد بررسی جمع‌آوری شد. متغیرهای مورد بررسی عبارتند از متغیر شادی به عنوان متغیر وابسته و هشت متغیر مؤثر بر شادی به عنوان متغیر توضیحی و در نهایت، تعداد ۱۰۰ کشور در دوره زمانی ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۶ برای انجام تحلیل‌ها. به‌طور کلی، ملاک اصلی انتخاب کشورها و دوره زمانی این پژوهش، در دسترس بودن اطلاعات بوده است. بانک جهانی کشورها را براساس میزان درآمد به سه دسته کلی تقسیم کرده است که عبارتند از کشورهای با درآمد بالا، کشورهای با درآمد متوسط و کشورهای با درآمد پایین. از تعداد ۱۰۰ کشور مورد بررسی این تحقیق، تعداد ۳۷ کشور با درآمد بالا، ۵۲ کشور با درآمد متوسط و ۱۱ کشور با درآمد پایین بوده‌اند.

نتایج و دستاوردهای پژوهش درباره تأثیر اقتصاد بر شادی

باید تاکید کرد که به طور کلی مطالعات گذشته در حوزه اقتصاد شادی در دو سطح خرد و کلان و در دو سطح دیگر درون‌کشوری و بین‌کشوری قابل تفکیک است. در سطح خرد، عمده مطالعات تلاش کرده‌اند رابطه بین متغیرهای مؤثر بر شادی مثل متغیرهای جمعیت‌شناختی و متغیرهای فرهنگی و مذهبی را آزمون کنند. در سطح کلان نیز مطالعات تأثیر متغیرهایی همچون بیکاری و درآمد و رشد اقتصادی و متغیرهای نهادی مثل آزادی اقتصادی و آزادی سیاسی و اندازه دولت را مورد آزمون قرار داده‌اند.

به‌تدریج که تحقیقات زیادی روی شادی و رابطه‌اش با اقتصاد انجام شد، این پدیده جایگاه مناسبی در تحلیل‌های رفاهی بین اقتصاددانان پیدا کرد. شادی علاوه بر اینکه پدیده‌ای روان‌شناختی و اجتماعی است، یک پدیده مادی هم هست که باید آن را از دیدگاه مادی بررسی و تحلیل کرد. در این میان باید به این نکته هم اشاره کرد که شادی براساس نظرسنجی از افراد سنجیده می‌شود.

عوامل متعدد اقتصادی و غیراقتصادی بر شادی افراد تأثیر دارند. مطالعات زیادی در حوزه اقتصاد شادی تأثیر شاخص‌های خرد و کلان اقتصادی و نهادی را بر شادی بررسی کرده‌اند که در این میان، شمار تحقیقات روی ارتباط بین درآمد و شادی بیشتر است. در مطالعات انجام‌شده تاکنون بررسی رابطه بین شادی و تعیین‌کننده‌های شادی با استفاده از مدل‌های رگرسیونی خطی و غیرخطی صورت گرفته و استفاده از الگوهای رگرسیون آستانه‌ای در هیچ مطالعه شادی با تعداد متغیرها و کشور و دوره زمانی پژوهش حاضر به چشم نمی‌خورد.

کشف و تحلیل رابطه برخی از عوامل اقتصادی و نهادی روی شادی با توجه ویژه به یک عامل تأثیرگذار دیگر مسئله مهمی است که در این پژوهش به آن پرداخته شده است. بررسی رابطه بین مخارج مصرف خانوار و شادی با توجه به درآمد سرانه، بررسی رابطه بین درآمد سرانه و شادی با توجه به نابرابری درآمد و در نهایت، بررسی رابطه بین آزادی اقتصادی به‌عنوان یک عامل نهادی و شادی با درنظرگرفتن تغییرات درآمد سرانه از اهداف اصلی پژوهش حاضر بوده است.

اگر شادی یکی از ویژگی‌های جامعه خوب باشد و توسعه یک جنبش تدریجی برای رسیدن به جامعه خوب در نظر گرفته شود، شادی می‌تواند یکی از اهداف سیاست‌های توسعه باشد. در حوزه اقتصاد شادی، تمرکز مطالعات روی تحلیل اثرگذاری عوامل مختلف اقتصادی بر شادی است اما تاکنون مطالعه‌ای به بررسی تأثیر متغیرهای اقتصادی روی شادی با الگوی علمی رگرسیونی آستانه‌ای پائل در ایران نپرداخته است، بنابراین عبدالعلی منصف، مژگان معلمی، جهانگیر بیابانی، مهدی نجاتی و جواد طاهری‌زاده اناری‌پور در تحقیقی که نتایج آن با عنوان «بررسی عوامل اقتصادی مؤثر بر شادی در کشورهای منتخب: رهیافت رگرسیون آستانه‌ای پائل» در آخرین شماره فصلنامه «پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی» منتشر شده، برای یکصد کشور در بازه سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۶، در سه سناریو اثر هشت متغیر را روی شادی بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رابطه شادی با نابرابری درآمد، تورم و بیکاری منفی و رابطه شادی با درآمد سرانه، سلامت، مصرف، مخارج دولتی و آزادی اقتصادی مثبت است.

۳ سناریوی تأثیر متغیرهای اقتصادی بر شادی

در این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر شادی در سه سناریوی مختلف مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. سناریوی اول به بررسی میزان اثرگذاری مصرف روی شادی با توجه به تغییرات درآمد سرانه می‌پردازد. در سناریوی دوم، بررسی اثرگذاری درآمد سرانه روی شادی با توجه به تغییرات نابرابری درآمد مورد ارزیابی قرار گرفته و در سناریوی سوم نیز به بررسی اثرگذاری شاخص آزادی اقتصادی روی شادی با توجه به تغییرات درآمد سرانه اشاره شده است.

بر طبق نتایج سناریوی اول، مخارج مصرفی خانوار روی شادی اثر مثبت دارد که میزان این اثرگذاری به اندازه درآمد سرانه بستگی دارد و با توجه به حصول یک حد آستانه برای متغیر درآمد سرانه، مخارج مصرف خانوار طبق داده‌های این پژوهش با دو رژیم متفاوت روی شادی اثر می‌گذارد. در قیل از حد آستانه (یعنی در رژیم اول)، با افزایش درآمد سرانه، مخارج مصرفی باعث افزایش شادی می‌شود و اما هنگامی که درآمد سرانه به یک مقدار مشخص می‌رسد، تأثیر مخارج مصرفی روی شادی بیشتر از حالت قبل از حد آستانه است و بنابراین شادی را بیشتر از قبل افزایش می‌دهد، بنابراین افزایش مخارج مصرفی در کشورهای با درآمد بالاتر شادی را بیشتر از کشورهای با درآمد سرانه پایین‌تر افزایش می‌دهد.

سناریوی دوم به ارزیابی اثرگذاری درآمد سرانه روی شادی مشروط به نابرابری درآمد پرداخته است. در رژیم اول، درآمد سرانه تا مقدار آستانه‌ای نابرابری درآمد باعث افزایش شادی می‌شود ولی با فراتر رفتن مقدار نابرابری درآمد از مقدار مشخص آستانه‌ای، درآمد سرانه تأثیر کمتری بر شادی دارد و شادی را کمتر از قبل افزایش می‌دهد، بنابراین در کشورهایی با نابرابری درآمدی بالاتر، افزایش درآمد سرانه تأثیرگذاری کمتری روی افزایش شادی این کشورها خواهد داشت. در سناریوی سوم نیز اثرگذاری آزادی اقتصادی روی شادی مشروط به درآمد سرانه شد. افزایش آزادی اقتصادی موجب افزایش شادی می‌شود و این افزایش با بالا رفتن درآمد سرانه، فزونی نیز می‌گیرد که اندازه آن نیز قابل توجه است.

عوامل اقتصادی مؤثر بر شادی در کشورهای جهان

از زمان ارسطو جست‌وجوی شادی انسان‌ها برای فیلسوفان جذاب بوده و بعد از آن، اقتصاددانانی نظیر جرمی بنتام و جان استوارت میل و آدام اسمیت نیز بر اهمیت شادی تاکید داشته‌اند. بنتام به‌عنوان نماینده مکتب اصالت فایده اعتقاد داشت در هر لحظه باید در بین انواع امکانات چیزی را برگزید که به افراد بیشتر آستانه‌ای نابرابری درآمد با افزایش شادی می‌شود در گذشته چیزی را برگزید که به افراد فردی توجه خود را معطوف به ثروت، دارایی، مصرف و پول می‌کردند ولی امروزه مفهومی به نام شادی در مقایسه با مفاهیم رفاه مادی جایگاه مناسبی در تحلیل‌های رفاهی بین اقتصاددانان پیدا کرده است. شادی علاوه بر اینکه پدیده‌ای روان‌شناختی و اجتماعی است، یک پدیده مادی نیز هست که باید آن را از دیدگاه مادی بررسی و تحلیل کرد. در سال‌های اخیر یکی از جذاب‌ترین شاخص‌هایی که در اقتصاد معرفی شده شاخص شادی است. استرلین اولین کسی در آمریکا بود که متوجه شد گرچه در داده‌های مقطع زمانی، افراد ثروتمندتر شادتر هستند اما در یک سری زمانی، رشد اقتصادی همراه با افزایش کلی شادی نیست. این نامگذاری تحت عنوان پارادوکس استرلین شناخته شده است. تحقیقت روی سلامت ذهنی نیز که اغلب با نام تحقیقات شادی به آن رجوع می‌شود، هم در حوزه سیاست و هم در

در قالب یک پژوهش بررسی شد

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تبلیغات شرکت‌ها

در سال‌های اخیر استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی از طریق ظهور گوشی‌های هوشمند موجب شده اطلاعات در هر مکان و زمانی در دسترس باشند و مشتریان بهتر بتوانند با شرکت‌ها ارتباط برقرار کنند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی به تدریج موجب تغییر پلتفرم‌های استفاده‌شده برای تبلیغات از رسانه‌های سنتی به سمت شبکه‌های اجتماعی شده است.

به گزارش ایسنا، رسانه‌های اجتماعی گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت هستند که با اتکا به بنیان‌های فناوریانه وب امکان ایجاد و تبادل محتوای تولیدشده به وسیله کاربران را می‌دهند.

در پژوهشی که درخصوص «استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کسب و کار در ایران» توسط مرتضی ملکی‌مین‌باش‌رنگ‌راه (استادیار دانشکده اقتصاد) و مه‌ری شهریار (دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی) با روش مصاحبه و نمونه‌گیری گلوله برفی انجام شده، آمده است: «تبلیغات سنتی کسب و کار و رسانه‌های اجتماعی منجر به نگرش مثبت مشتریان نسبت به برند شرکت می‌شود و میزان تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی بیشتر از تبلیغات سنتی است.»

طبق این پژوهش «سازمان‌ها با استفاده از رسانه‌های اجتماعی فرصت‌هایی را برای افزایش بهره‌وری، سهم بازار، ارزش بازار و سودآوری ایجاد می‌کنند. رسانه‌های اجتماعی فضای جدیدی را برای تبادل اطلاعات و اظهارنظرها بنا نهاده و تغییراتی را در افکار عمومی ایجاد کرده و به نیروی محرکه مهمی برای ترویج تغییرات اجتماعی تبدیل شده است. عصر دیجیتال فرصت‌ها و تنش‌هایی را در روابط کسب‌وکار ایجاد کرده است. با شناسایی و ارزیابی تنش‌ها و فرصت‌ها در جهت توسعه روابط تجاری، عملکرد کسب‌وکار بهبود یافته و موجب ایجاد ارزش افزوده می‌شود.»

محققان می‌گویند: «رسانه‌های اجتماعی نه تنها برای شرکت‌های بزرگ چندملیتی بلکه برای شرکت‌های کوچک و متوسط و سازمان‌های غیرانتفاعی و دولتی نیز قابل استفاده است. حرکت به سمت رسانه‌های اجتماعی را می‌توان از طریق چند عامل شرح داد که عبارتند از کاهش نرخ پاسخگویی به بازاریابی برخط مانند بنر و ایمیل که برخی نیز وارد هزننامه می‌شوند.

توسعه فناوری راهی را برای توسعه زیرساخت‌های فناوری و ابزارهای جدید ایجاد کرده است و افزایش جمعیت برخط نیز به جذابیت رسانه‌های اجتماعی کمک کرده است. تغییرات جمعیتی که افراد جوان مشتاق به برخط بودن داشته و استفاده از کانال‌های سنتی کاهش یافته است. ترجیح بیشتر مردم به اینترنت، عامل بسیار مهم‌تر نیز هزینه کمتر است و کمپین (بازاریابی) و پیروسی، مشتریان بیشتری را در مقایسه با کمپین تلویزیونی و با هزینه کمتر جذب می‌کنند.»

یافته‌ها نشان می‌دهند: «از جمله مزایا و فرصت‌های ایجادشده، تحول عظیم در عرصه کسب و کار و بازاریابی اینترنتی است. در واقع با گسترش روزافزون استفاده از رسانه‌های اجتماعی، کسب و کار و بازاریابی از طریق این وسایل ارتباط جمعی جان تازه به صنایع بخشیده و با استفاده از این ابزارهای جدید، مشتریان را به خود وفادار ساخته است چراکه این رسانه‌ها در واقع ابزاری قدرتمند برای سازمان‌ها جهت رسیدن به مخاطبان هدف هستند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی منجر به خلق فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکاری جدید و افزایش درآمد ناشی از فروش بیشتر می‌شود. رسانه‌های اجتماعی به کاربران توانایی انتخاب و فیلتر محتوا را می‌دهند. نام‌های تجاری به منظور آگهی کردن نام تجاری خود، جلب مشارکت و توسعه و تبلیغات دهان به دهان در این گونه پایگاه‌های اجتماعی حضور پیدا می‌کنند.» شهریار می‌گوید: از دیگر فرصت‌ها که کسب و کار می‌تواند از آن استفاده کند ارتباطات دوطرفه است، بیشتر شرکت‌ها از رسانه‌های اجتماعی برای ارتباط با اشخاص خارج از شرکت مانند مشتریان، فروشنندگان، و عموم مردم استفاده می‌کنند و روابط خود با شرکا و مشتریان خود را مدیریت کرده و تصویر شرکت‌شان را بهبود می‌دهند.

برخی شرکت‌ها نیز آن را برای ارتباطات داخلی و رقابت با شرکت‌های دیگر به کار می‌گیرند و به شرکت‌ها اجازه می‌دهند تا با مصرف‌کنندگان نهایی با هزینه نسبتاً کم و سطح بالایی از بهره‌وری نسبت به ابزارهای سنتی ارتباطات، تعامل به‌موقع و مستقیم داشته باشند. این شبکه‌ها مدل‌های کسب و کار جدیدی را ایجاد و موجب تغییرات از لحاظ بازاریابی، عملیات و مدیریت شده است. دسترسی آسان‌تر به اینترنت؛ رشد کاربران اینترنتی، اینترنت سریع‌تر و بهتر، گسترش سریع بازارهای جدید همه نشان‌دهنده عواملی است که شرکت را ممکن است تحت تأثیر قرار دهد.

در ادامه این پژوهش آمده است: اعتماد با توجه به محیط و فرهنگ‌های کشورهای مختلف متفاوت است و جزء یکی از عوامل مهم در استفاده از رسانه‌های اجتماعی است. یکی از مهمترین مسائل در رسانه‌های اجتماعی امنیت و محرمانه‌بودن آن است. نقش دولت در جلوگیری از آزار و اذیت و شایعات بی‌اساس سازمان‌ها نیز مهم است و دولت‌ها وب‌سایت‌های رسانه اجتماعی را از نظر انطباق یا خطی از الزامات حقوقی، آداب و رسوم اجتماعی و مشوق‌های اقتصادی ارزیابی می‌کنند.

نگاه

به بهانه ارائه بودجه سال آینده به مجلس

تغییرات بودجه ۹۹ در یک نگاه

لایحه بودجه سال ۹۹ این بار با اصلاحات ساختاری تقدیم مجلس شده است و ازجمله این اصلاحات می‌توان به برنامه‌محوری به‌جای ردیف‌محوری، تدوین سند اجرایی، بودجه دوسالانه، بازبینی هزینه‌ها و قطع وابستگی بودجه به نفت اشاره کرد. به همین بهانه در این گزارش سعی شده مهمترین تغییرات لایحه بودجه به صورت خلاصه ارائه شود.

✳ برنامه‌محوری به جای دستگاه و ردیف‌محوری: روال پیشین بودجه‌ریزی براساس ردیف‌محوری بود؛ یعنی بودجه دستگاه‌ها براساس ردیف‌های موجود در آن در نظر گرفته می‌شد و بنابراین هر دستگاهی که ردیف بیشتری داشت، بودجه بیشتری نیز دریافت می‌کرد. به گزارش ایسنا، عمدتاً سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها و بخش‌هایی که درخواست افزایش بودجه داشتند، سعی می‌کردند ردیف بیشتری را برای خود تعریف کنند. روال نیز به اینگونه بود که هر قسمتی که برای آن ردیف تعریف می‌شد از بودجه جدیدی بهره‌مند می‌شد و به همین دلیل این بخش‌ها سعی می‌کردند بودجه خود را طوری برنامه‌ریزی کنند که تا پایان سال مصرف شود، زیرا در غیر این صورت در سال بعد قابل استفاده نبود.

در اصلاحیه بودجه قرار شده بودجه دستگاه‌ها براساس برنامه‌های ارائه‌شده از سوی آنها تخصیص یابد، یعنی بودجه دستگاه‌ها براساس برنامه‌های‌شان تخصیص می‌یابد و نه تعداد

زیرمجموعه‌های‌شان؛ تا از این طریق بهره‌وری سازمان‌ها نیز افزایش یابد. تاکنون سازمان‌ها برای دریافت بودجه بیشتر در ایجاد

دستگاه و ردیف با یکدیگر رقابت می‌کردند که منجر به افزایش هزینه می‌شد. پروژه‌های نیمه‌تمام حاصل همین نوع بودجه‌ریزی

است. حالا در اصلاح صورت‌گرفته، سازمان یا وزارتخانه به عنوان سیاست‌گذار باید برنامه ارائه دهد و پس از تخصیص بودجه،

بخش‌های زیرمجموعه، اجرای آن را برعهده می‌گیرند.

✳ تدوین سند اجرایی: تاکنون مبادله موافقتنامه در سال اجرای

بودجه انجام می‌شد و همین موضوع سبب می‌شد که در برخی مواقع،

مبادله موافقتنامه تا نیمه‌های سال طول بکشد و سبب تاخیر در اجرای

کار می‌شد ولی در اصلاحیه جدید، موافقتنامه به سند اجرایی برنامه

تبدیل شده و از ابتدای سال، پروژه‌ها و برنامه‌ها قابل اجراست چون مجلس با تخصیص بودجه به آنها موافقت کرده است. به طور مثال،

امسال هنوز بسیاری از موافقتنامه‌ها مبادله نشده است. در لایحه جدید

بودجه، مبادله‌نامه‌ها باید ابتدای سال ابلاغ شود. مبادله موافقتنامه به

جای سال اجرای بودجه به سال تدوین بودجه (سال پیش از اجرا) منتقل شده و دستگاه‌ها برنامه زمان‌بندی خود را برای دریافت بودجه

ارائه می‌دهند و سازمان برنامه زمان‌بندی خود را برای تصویب به

مجلس می‌برد. حالا ممکن است قانونگذار تا پایان سال برخی از برنامه‌ها

را حذف و برخی دیگر را در اولویت قرار دهد و این کار صرفاً برای برنامه و بودجه در فروردین، برنامه را مطابق نظر مجلس به دستگاه‌ها

ابلاغ می‌کند و در طول سال بر چگونگی اجرای آن نظارت می‌کند.

با این شیوه روند مبادله برخی موافقتنامه‌ها در روزهای پایانی سال

برچیده می‌شود، بنابراین این موافقتنامه به سند اجرایی تغییر نام می‌دهد و روند تخصیص بودجه هم به صورت قسطی و براساس سطح پیشرفت

کار خواهد بود.

✳ بودجه دوسالانه: با توجه به نوسان شرایط اقتصادی و سیاسی و

لرزم توراندیشی و تدبیر برای آینده مقرر شده بودجه به جای سالانه، دوسالانه دیده شود؛ به طور مثال، دستگاه‌ها امسال باید برنامه سال

۱۴۰۰ را هم در نظر بگیرند و آن را به دولت اطلاع دهند. البته قرار نیست هیچ دخل و تصرفی در آن ایجاد شود و این کار صرفاً برای

آمادگی اجرای بودجه برای سال‌های آینده انجام می‌شود. قرار است

در قانون هفتم توسعه، بودجه به صورت پنج ساله دیده شود. البته طبق قانون فقط بودجه سنال اول تصویب می‌شود و بودجه سال‌های

بعد برای پیش‌بینی ارقام، برنامه‌ها و جهت‌گیری‌هاست. در یک جمله،

بودجه دوسالانه برای آینده‌نگری است.

✳ بازبینی هزینه‌ها: با توجه به حدود ۹ هزار برنامه و حدود هزار و اندی دستگاه لازم است که ضرورت وجود دستگاه‌ها، امکان ادغام آنها

و واگذاری آنها به بخش خصوصی از سوی سازمان برنامه و بودجه بررسی شود. بخشی از اینها در لایحه بودجه دیده می‌شود و بخشی از

آن هم فراتر از لایحه است. به عنوان مثال، بررسی رابطه دولت با بودجه

صندوق توسعه ملی یا تشکیل وزارت انرژی یک موضوع فرابودجه‌ای است ولی بخش مربوط به بودجه آنها مربوط به لایحه است. در نتیجه،

باید مشخص شود که کدام دستگاه سیاست‌گذار، کدام دستگاه مجری

و کدام دستگاه‌ها قابل ادغام است؛ کدام دستگاه‌ها باید منحل شوند و

به بخش خصوصی واگذار شوند.

✳ تمرکززدایی و استان‌ها: در استان‌ها هم سیاست‌گذار بخشی وجود

دارد و شورایی برنامه‌ریزی، سیاست‌گذار بخشی، سازمانی مثل جهاد

کشاورزی است که تعریفی برای کشاورزی دارد و می‌گوید کجا چه محصولی کاشته شود. از سوی دیگر، در استان‌ها شورای برنامه‌ریزی هم مشغول فعالیت است که بعضاً برنامه‌ریزی‌های این دو مقابل هم

قرار می‌گیرد. مثلاً وزارت کشاورزی می‌گوید کاشت برنج در یک استان

منوع شود ولی شورای برنامه‌ریزی استان با آن مخالفت می‌کند. برای حل این مشکل، پروژه‌های عمرانی که شامل سه بخش ملی، استانی

و ملی استانی می‌شوند به استان‌ها واگذار می‌شود؛ با این توضیح که بخش ملی قابل واگذاری به استان‌ها نیست؛ مثل انتقال آب بین چند استان که از لحاظ امنیتی صلاح نیست به یک استان واگذار شد.

البته در پروژه‌هایی که به استان داده می‌شود نباید برنامه استان با سیاست‌گذار بخشی در تناقض باشد.

✳ قطع وابستگی بودجه به نفت: در لایحه جدید بودجه، وابستگی

بودجه جاری به نفت حذف شده که از مهمترین اهداف اصلاح ساختار بودجه بوده است. در نتیجه، درایی سرمایه‌ای (نفت) به

تملك دارایی سرمایه‌ای (طرح‌های عمرانی) تبدیل می‌شود تا از بروز آسیب‌های آن از جمله تورم، رکود و بیکاری جلوگیری شود.

با توجه به اینکه این عوامل وابسته به درآمد هستند و رقم مالیات

هم ثابت است، تغییر قیمت نفت آنها را تحت تاثیر قرار می‌دهد، بنابراین باید رابطه بودجه با نفت قطع شود تا کسری بودجه ایجاد

نشود. حالا امسال بهترین زمان برای قطع وابستگی نفت به بودجه

و اتصال آن به تملك دارایی سرمایه‌ای یا همان طرح‌های عمرانی است. این کار سبب قطع رابطه نفت با بودجه، برنامه‌ریزی عمرانی

دوسالانه، برنامه‌ریزی تولید، اشتغال‌زای دوسالانه و برنامه‌ریزی برای قفرزدایی اشتغال‌زا می‌شود.

فرصت امروز: جزئیات لایحه بودجه سال آینده به عنوان چهارمین بودجه قانون برنامه ششم توسعه منتشر شد و روز گذشته از سوی رئیس‌جمهور تقدیم مجلس شورای اسلامی شد؛ لایحه بودجه‌ای که رقم کل آن با رشد ۱۴درصدی نسبت به بودجه سال ۹۸ به ۱۹۸۸ هزار میلیارد تومان رسیده است. همچنین بودجه عمومی دولت در سال آینده ۵۶۳ هزار میلیارد تومان است که نسبت به امسال ۸۸.۲۶درصد افزایش نشان می‌دهد. دولت در لایحه بودجه سال آینده پیش‌بینی کرده درآمدهای مالیاتی نزدیک به ۲۷درصد نسبت به قانون بودجه سال ۹۸ افزایش یابد، اما شاید مهمترین ویژگی بودجه سال آینده، درآمدهای نفتی و نحوه هزینه‌کرد آن باشد. در این میان، لایحه بودجه سال آینده تقریباً ۱۱ هزار میلیارد تومان فاصله دارد تا ۲ هزار هزار میلیارد تومانی شود.

بررسی جزئیات لایحه بودجه سال آینده نشان می‌دهد بودجه ۹۹ از حیث منابع به یک هزار و ۹۸۸ هزار میلیارد رسیده است؛ این بودجه از دو بخش بودجه عمومی و بودجه شرکت‌های دولتی، موسسات انتفاعی وابسته به دولت و بانک‌ها تشکیل می‌شود.

منابع بودجه عمومی دولت از لحاظ درآمدها و واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای و مالی و مصارف بودجه عمومی دولت از حیث هزینه‌ها و تملك دارایی‌های سرمایه‌ای و مالی ۵۶۳ هزار میلیارد است. به این ترتیب، منابع عمومی بالغ بر ۴۸۴ هزار میلیارد تومان است و درآمد اختصاصی وزارتخانه‌ها و موسسات دولتی نیز بالغ بر ۷۹ هزار میلیارد تومان اعلام شده است. از سوی دیگر، بودجه شرکت‌های دولتی، بانک‌ها و موسسات انتفاعی وابسته به دولت از لحاظ درآمدها و سایر منابع تأمین اعتبار یک هزار و ۴۸۲ هزار میلیارد تومان و از حیث هزینه‌ها و سایر پرداخت‌ها یک هزار و ۴۸۳ هزار میلیارد است.

سهم صندوق توسعه ملی در بودجه چقدر است؟

به گزارش خبرآنلاین، براساس تبصره یک لایحه بودجه سال آینده، سهم صندوق توسعه ملی از منابع حاصل از صادرات نفت و میعانات گازی و خالص صادرات گاز ۱۰درصد تعیین شده است. بانک مرکزی مکلف است در طول سال و متناسب با وصول منابع، بلافاصله نسبت به واریز این وجوه و سهم ۱۰درصد شرکت ملی نفت ایران از کل صادرات نفت‌خام

در بهارستان گفت، می‌بردایم؛

✳ در بودجه سال ۹۹ چند موضوع حائز اهمیت است؛ بودجه ما در سال آینده

مثل سال جاری، بودجه ایستادگی و مقاومت در برابر تحریم‌هاست. این بودجه اعلام می‌کند علی‌رغم تحریم‌ها، ما کشور را اداره می‌کنیم.

✳ بودجه سال ۹۹ خیلی بر نفت تکیه ندارد. درآمدی که برای فروش نفت خام و

گاز در نظر گرفته شده با بودجه عمرانی به هم نزدیک است. ۷۰ هزار میلیارد تومان

برای سال آینده بودجه عمرانی در نظر گرفته شده است.

✳ بودجه عمرانی کشور از ۱۱ هزار میلیارد تومان در سال ۹۱ به ۷۰ هزار میلیارد تومان در سال ۹۹ یعنی حدود شش برابر افزایش یافته است.

✳ در ابتدای دولت یازدهم خودکفایی غذایی ۵۷درصد بود و امروز به بالای ۷۴درصد رسیده است و تا پایان سال آینده به بیش از ۸۲درصد خواهد رسید.

✳ تولید بنزین ما در روز در پایان امسال به ۱۱۰ میلیون لیتر می‌رسد درحالی‌که

در آغاز دولت یازدهم، تولید بنزین ما در روز ۵۲ میلیون لیتر بود و با طرحی که

درباره بنزین اجرا شده است، امیدواریم که خودکفایی بنزین ما تا سال‌های آینده

ادامه پیدا کند.

✳ طرح تحول سلامت هم مثل گذشته در سال آینده ادامه خواهد یافت. از

افتخارات بزرگ دولت، طرح تحول سلامت است و تا پایان دولت دوازدهم هم در

کنار این طرح خواهیم بود.

راه اندک بودجه ۹۹ تا ۲ هزار هزار میلیارد تومانی شدن

جزئیات بودجه سال آینده



مکلف به همکاری با این وزارتخانه هستند.

سال آینده چقدر یارانه نقدی پرداخت می‌شود؟

تبصره ۱۴ لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ به بخش هدفمندکردن یارانه‌ها ارتباط دارد. طبق این بخش از لایحه بودجه، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی موظف است با استفاده از تمامی بانک‌های اطلاعاتی و براساس معیارها و ضوابطی که توسط این وزارتخانه تعیین می‌شود، نسبت به شناسایی و حذف سه دهک بالای درآمدی از فهرست یارانه‌گیران اقدام کند.

در تبصره هدفمندی یارانه‌ها در سال آینده مجموع ۲۵۰ هزار میلیارد تومان یارانه پیش‌بینی شده که در بخش‌های مختلف توزیع خواهد شد. این در حالی است که برای توزیع یارانه نقدی و غیرنقدی رقم ۴۲ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان تعیین شده که در قیاس با سال جاری تفاوت چندانی ندارد و این رقم برای پرداخت یارانه به حدود ۷۸ هزار نفر در سال اختصاص پیدا می‌کند.

همچنین ۳۱ هزار میلیارد تومان برای طرح حمایت معیشت خانوارها پیش‌بینی شده که همان طرحی است که اخیراً با اجرای سهمیه‌بندی بنزین به تناسب اعضای خانوار در هر ماه مبلغی به حساب آنها واریز می‌شود. طرح حمایت معیشتی خانوار حدود ۶۰ میلیون نفر را دربر می‌گیرد که مجموع ۱۸ میلیون خانوار است. در این میان، براساس تبصره ۱۴ لایحه بودجه سال آینده، منابع حاصل از اصلاح قیمت بنزین نسبت به قیمت قبل از سهمیه‌بندی در سال ۹۸ مشمول عوارض و مالیات بر ارزش افزوده و سهم ۱۴.۵درصد شرکت ملی نفت ایران نیست.

عوارض شهرداری‌ها و دهیاری‌ها از فروش حامل‌های انرژی موضوع ماده ۳۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده و جداول پرداختی (مصارف) این تبصره، پس از وصول ظرف مدت یک‌سال به حساب تمرکز وجوه وزارت کشور واریز می‌شود تا به شهرداری‌ها و دهیاری‌ها پرداخت شود. همچنین براساس لایحه بودجه سال ۹۹ کل کشور، بدهی سازمان هدفمندی یارانه‌ها به بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران بابت نتنخواه دریافت بابت اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها در سال ۸۹ تا سقف ۵۷ هزار میلیارد ریال به عنوان بدهی دولت به بانک مرکزی محسوب خواهد شد.

و میعانات گازی (معاف از تقسیم سود سهام دولت) و سهم ۱۴.۵درصد شرکت دولتی تابعه وزارت نفت از محل خالص صادرات گاز طبیعی (معاف از تقسیم سود سهام دولت و مالیات با نرخ صفر) و همچنین سهم ۳درصد موضوع ردیف درآمدی ۲۱۰۱۰۹ جدول شماره ۵ این قانون اقدام کند. به این ترتیب، این مبالغ به صورت ماهانه واریز شده و از ماه یازدهم سال محاسبه و تسویه می‌شود.

در این میان، گزارش هزینه‌کرد وجوه سهم ۱۴.۵درصدی مربوط به سهم شرکت ملی نفت ایران هر سه ماه یک‌بار توسط وزارت نفت به مجلس شورای اسلامی و کمیسیون‌های «برنامه و بودجه و محاسبات» و «انرژی» مجلس شورای اسلامی و سازمان برنامه و بودجه کشور ارائه می‌شود.

درآمد مالیاتی دولت ۲ هزار میلیارد تومان بیشتر شد

دولت در لایحه بودجه سال آینده حدود ۱۹۵ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی پیش‌بینی کرده است. مجموع منابع عمومی در لایحه بودجه سال آینده ۴۸۴ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است که از این منابع، حدود ۲۶۱ هزار میلیارد تومان در بخش درآمدها تعیین شده و از این رقم ۱۹۵ هزار میلیارد تومان را مالیات تشکیل می‌دهد. درآمد مالیاتی پیش‌بینی شده برای سال ۱۳۹۹ در مقایسه با رقم مصوب سال جاری ۲۳ هزار میلیارد تومان افزایش دارد. این در حالی است که در سال ۱۳۹۸، حدود ۱۷۲ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی مصوب شده بود که تا پایان هشت ماهه اول سال حدود ۸۹ هزار میلیارد تومان آن محقق شد. افزایش درآمدهای مالیاتی براساس پایه‌های جدید جزو برنامه‌های دولت در سال آینده بوده است.

بررسی لایحه بودجه ۹۹ کل کشور همچنین نشان می‌دهد دولت دوازدهم به وزارت اقتصاد اجازه داده است تا در سال آینده تا سقف ۴۰ هزار میلیارد ریال اموال و دارایی‌های منقول و غیرمنقول مازاد دولت به استثنای انقال و موارد مندرج در اصل ۸۳ قانون اساسی را بدون رعایت تشریفات مربوط به تصویب هیات وزیران مندرج در ماده ۱۵ قانون محاسبات عمومی کشور با رعایت قوانین و مقررات از طریق مزایده عمومی به فروش رسانده و وجوه حاصل را به ردیف درآمدی ۲۱۰۲۲۱ واریز کند. مطابق با لایحه بودجه سال ۹۹ کل کشور، تمامی دستگاه‌های اجرایی

۲۳ نکته از سخنان رئیس‌جمهور درباره بودجه سال ۹۹ در بهارستان

بودجه استقامت در برابر تحریم

✳ از لحاظ هزینه‌های سلامت ۲۷ رصد هزینه‌ها به گردن مردم بود، امروز به جای ۲۷درصد، این رقم در شهرها به ۱۰درصد و در روستاها به ۵درصد کاهش یافته است.

✳ در سال ۹۸ یک مسئله اساسی برای ما بهبود قدرت خرید مردم و شرایط زندگی آنان بود. این مسئله در بودجه ۹۹ هم مورد توجه ماست چراکه ما می‌دانیم در شرایط فشار و تحریم، مردم در سختی هستند و قدرت خرید آنان کاهش یافته است.

✳ صادرات، واردات و جابه‌جایی ارز ما در دنیا با مشکلات زیادی توأم است و صادرات نفت ما هم مشکلاتی دارد اما تلاش ما این است که سختی معیشت مردم را کاهش دهیم.

✳ در سال جاری ارز ۴۲۰۰ تومانی را برای تهیه کالا‌های اساسی اختصاص داده‌ایم. در بودجه ۹۹ هم مجدداً ارز ۴۲۰۰ تومانی را برای تأمین کالا‌های اساسی در نظر گرفته‌ایم.

✳ همه می‌دانید که ارز چندنرخ‌خی، کار بسیار سختی است چراکه باید از سواستفاده و فساد جلوگیری کرد اما در عین حال، دولت این مسئله را تحمل می‌کند تا مردم در فشار نباشند و بر این اساس سال آینده هم تأمین کالا‌های اساسی با ارز ۴۲۰۰ تومانی خواهد بود.

✳ تأمین کالا‌های غیراساسی هم با ارز نمایای خواهد بود و ما در این بودجه، ارز نمایای را ۸۵۰۰ تومان مدنظر قرار دادیم بنابراین تلاش ما این است که معیشت مردم در سختی نباشد.

✳ ان‌شاءالله ما بتوانیم شبکه ملی اطلاعات داخلی را آنچنان تقویت کنیم که مردم بتوانند برای نیازمندی‌های خود، نیازی به خارج نداشته باشند و اخیراً هم مقام معظم رهبری دستوری در این زمینه دادند که ان‌شاءالله در شورای عالی فضای مجازی آن را پیگیری می‌کنیم.

✳ در بودجه سال آینده، حقوق و مزایای مستمر کارکنان، بازنشستگان کشوری

یادداشت

آن روی سکه آزادسازی نرخ بنزین

علی نصیری

کارشناس اقتصادی

عمده اقتصاددانانی که دم از افزایش قیمت بنزین می‌زنند، شرایط جامعه را تحلیل نمی‌کنند. آنان صرفا به بیان نظریات آکادمیک اقتصادی اکتفا می‌کنند و نه تحلیل شرایط. در دنیای بیرون از تئوری‌ها، اقتصاد مانند هزاران گوی با زنجیرهای بهم پیوسته می‌ماند که تغییر هر یک از آنها می‌تواند نوسانات مثبت و منفی بر سایر گوی‌ها داشته باشد. نمی‌شود با تئوری‌هایی که با فرض ثابت ماندن سایر متغیرهاست، در دنیای واقعی تصمیم گرفت. برای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری باید تئوری‌های اقتصادی، شرایط جامعه، تاریخ اقتصادی، اقتصاد سیاسی، جغرافیا و فرهنگ را در نظر گرفت، اما در جریان افزایش اخیر بهای سوخت، اقتصاددانان یادشده تورم ناشی از افزایش بنزین را کم تخمین می‌زنند. براساس اقتصاد تاریخی ایران می‌توان گفت که افزایش بهای بنزین نه‌تنها تورم ناشی از افزایش هزینه تمام‌شده را بالا می‌برد، بلکه عمده تأثیر آن بر تورم را انتظارات شکل می‌دهد. حساسیت جامعه به افزایش نرخ بنزین موج عظیمی از انتظارات تورمی در جامعه ایجاد می‌کند. نه‌تنها این، بلکه انتظارات تورمی باعث کاهش عرضه می‌شود و این خود پیام‌های شدید تورم در اثر مستقیم و غیرمستقیم افزایش بهای بنزین را می‌دهد. البته نکتته‌ای که اکنون دیگر مورد توجه همگان است بنزین دلاری و درآمد ریالی است، اما بنزین دلاری از کجا می‌آید؟ بیشتر افرادی که این پیشنهاد را می‌دهند همان گروهی هستند که در چند سال گذشته دائما با حمایت‌های‌شان از دهک‌های بالا ایجاد موج گرانی از طریق افزایش نرخ ارز و بنزین را به سیاستمداران منتقل کرده‌اند. آنان می‌گویند نرخ ارز را با تورم افزایش دهید و سپس می‌گویند قیمت بنزین را با تورم افزایش دهید. در این زمان که با افزایش بنزین و ارز موج تورم و سوداگری در جامعه بیداد می‌کند، دوباره می‌گویند باز نرخ ارز را با تورم افزایش دهید و این چرخه باطل طی چند سال گذشته چندین بار تکرار شده است، اما همچنان نمی‌خواهند این موضوع را قبول کنند.

یارانه‌ای که به اقشار ضعیف می‌دهیم، چیزی بسیار کمتر از میزان هزینه ناشی از تورم در جامعه است و در واقع، از جیب اقشار ضعیف برداشته‌ایم و به‌واسطه افزایش تورم به جیب ثروتمندان ریخته‌ایم. آری، آمپول‌های اقتصادی درد دارد، اما این درد برای اقشار ضعیف است، نه برای ثروتمندان. واقعیت این سیاست برخلاف ظاهر حمایتی آن از اقشار ضعیف، به نفع ثروتمندان است. آنان هستند که با افزایش نرخ تورم، دارایی‌های‌شان بدون آنکه مالیاتی بدهند، چند برابر می‌شود و این اقشار ضعیفند که با دریافت اندک یارانه زیر فشار تورم له می‌شوند.

براساس یک مقاله، در ایران یک درصد افزایش قیمت بنزین چیزی حدود ۱،۱۱ درصد تورم را افزایش می‌دهد که با فرض افزایش قیمت هر لیتر بنزین به ۱۵۰۰ تومان تومی حدود ۵۵٫۵درصد با فرض افزایش قیمت بنزین به ۳۰۰۰ تومان تومی حدود ۳۳درصد به جامعه تحمیل می‌کند که اگر از این دو عدد میانگین گرفته شود، تومی حدود ۱۹درصد به جامعه تحمیل می‌شود. البته این اعداد باید در کنار سایر متغیرها نیز بررسی شود. البته ممکن است در کوتامدت با شرایط دستوری برخی قیمت‌ها کنترل شود، اما نتیجه آن در آینده، یک رکود تومی خواهد بود.

۱۰۰ هزار تومان یارانه معیشتی می‌افشار ضعیف می‌دهیم اما در مقابل تومی ویرانگر به آنان تحمیل می‌کنیم. آری هیچ آمپول بدون دردی در اقتصاد نیست اما دردش را اقشار ضعیف جامعه تا استخوان‌شان حس می‌کنند؛ وگر نه طبقات پایین‌تر از تورم حاصل از افزایش بهای بنزین دارایی‌های‌شان چند برابر می‌شود.»

منبع: ایسنا

از کاهش آلایندگی و بهبود ترافیک تا اشتغال‌زایی

مزایای گازسوز کردن خودروها

از نگاه سعید لیلاز

شورای اقتصاد به تازگی مصوب کرده تا دولت با پرداخت ۶۵۰۰ میلیارد تومان کمک بلاعوض، تمامی خودروهای عمومی بنزینی شامل یک میلیون و ۴۰۰ هزار وانت، تاکسی، ون و دیگر مسافره‌های شخصی را دوگانه‌سوز کند. این تصمیم، مزایای زیست محیطی بسیاری دارد و با استقبال افکار عمومی نیز مواجه شده است. در همین زمینه، سعید لیلاز، تحلیلگر اقتصادی، مزایای این مصوبه را در کاهش آلایندگی‌ها، ایجاد صدها هزار شغل، بهبود وضعیت ترافیک و آلایندگی و اثرگذاری بر حمل‌ونقل عمومی برشمرد و گفت که اگر این مصوبه به درستی اجرا شود، با توجه به اینکه کمک دولت بلاعوض است، مردم در مقابل هرگونه تغییر قیمت بنزین، بیمه می‌شوند. به گفته او، علی‌رغم اینکه مصوبه اخیر دولت در راستای گازسوز کردن خودروها می‌تواند نتایج بسیار مطلوبی را به دنبال داشته باشد، اما متأسفانه این مساله در هیاهوی افزایش قیمت بنزین و اتفاقات اخیر پنهان شد و آطور که باید مورد توجه قرار نگرفت. لیلاز در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه مصوبه اخیر دولت می‌تواند یک انقلاب در حوزه کاهش آلایندگی‌ها و استفاده بهینه از ذخایر سوخت‌های فسیلی به وجود آورد، گفت: ایسن مصوبه می‌تواند یک گام بزرگ برای بهبود وضعیت زندگی اقشار محروم جامعه نیز باشد چراکه این طرح می‌تواند صدها هزار شغل ایجاد کند. او با بیان اینکه دولت ۶۵۰۰ میلیارد تومان کمک بلاعوض برای گازسوز کردن خودروهای موجود کشور اختصاص داده که با بیش از ظرفیت جذب کل خودروهای موجود کشور و با معادل کل ظرفیت فنی خودروها در کشور است، ادامه داد: این مساله منجر به ایجاد صدها هزار شغل می‌شود و می‌تواند از سوختن دهها هزار سوخت فسیلی که تبدیل به دود، آلایندگی و سرطان می‌شود، جلوگیری کند. این موضوع همچنین به بهبود وضعیت ترافیکی، آلایندگی و زیست‌محیطی کشور کمک می‌کند و از همه مهمتر کملا به نفع اقشار فرودست جامعه است؛ چراکه اساسا گازسوز شدن خودروها در خودروهایی همچون وانت‌بارها و یا خودروهای ارزان‌قیمت و متوسط صورت می‌گیرد که این موضوع می‌تواند به نفع مصرف‌کنندگان نیز باشد. این تحلیلگر اقتصادی با بیان اینکه حمل‌ونقل عمومی کشور نیز در بی اجرای این مصوبه بیمه می‌شود، افزود: فرض کنید تمام مسافرخش‌ها و همه خودروهای اینترنتی مشمول این طرح قرار بگیرند. با توجه به اینکه اکنون بزین اقدامات بزرگی در صنایع خودروسازی بزرگ و در قسمت‌های پایین‌دستی این صنایع یعنی قطعه‌سازها انجام می‌شود این مصوبه می‌تواند نقش بسیار بالایی در جهت تحقق اهداف مدنظر باشد.

به گفته وی، این مصوبه یک انقلاب کامل است که در هیاهوی گران شدن بنزین دیده نشد و به همین دلیل لازم است رسانه‌ها به آن توجه ویژه‌ای داشته باشند، چراکه این مصوبه بگام بزرگی در جهت کاهش آلایندگی‌ها برمی‌دارد و همچنین هدف اصلی افزایش قیمت بنزین را تحت پوشش قرار می‌دهد که باید منابع آن به چنین پروژه‌هایی اختصاص می‌یافت. علاوه بر این ۱۰ هزار شغل از طریق این مصوبه ایجاد می‌شود و در کنار ایجاد عدالت اجتماعی، حرکتی بزرگ در بهبود وضعیت حمل‌ونقل عمومی محقق می‌شود.



شده است. درآمدهای حاصل از مالکیت دولت برای سال آینده با افزایش بیش از ۵ هزار میلیارد تومانی نسبت به سال گذشته، ۳۰ هزار و ۵۰۸ میلیارد و ۶۴۵ میلیون تومان در نظر گرفته شده است. این منبع درآمدی در بودجه امسال، ۲۵ هزار و ۲۶۰ میلیارد تومان تعیین شده بود.

دولت همچنین برای سال آینده ۵ هزار و ۶۵۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان درآمد از محل «جرائم و خسارات» پیش‌بینی کرده که بیش از ۶۲۷ میلیارد تومان بیشتر از سال ۹۸ است. در عین حال، ۱۸ هزار و ۶۳۳ میلیارد و ۱۱۰ میلیون تومان نیز «درآمدهای متفرقه» برای دولت پیش‌بینی شده که ۳ هزار میلیارد تومان از امسال بیشتر است. دولت همچنین ۱۱ هزار و ۲۷۴ میلیارد و ۹۵۰ میلیون تومان «درآمد حاصل از فروش کالا و خدمات» برای سال ۹۹ خود پیش‌بینی کرده که ۱۵۰۰ میلیارد تومان بیش از سال گذشته است.

اشخاص حقوقی در بودجه چقدر مالیات می‌دهند؟

مالیات مهم‌ترین جایگزین درآمدی به‌جای نفت در بودجه سال آینده است و مالیات اشخاص حقوقی در بودجه ۹۹ بیش از ۴۴ هزار میلیارد تومان تعیین شده که ۳۱ هزار میلیارد تومان آن را بخش خصوصی می‌پردازد.

سهم درآمدهای مالیاتی در لایحه بودجه سال آینده، بیش از ۱۹۵ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده که حدود ۲۳ هزار میلیارد تومان بیشتر از رقم مصوب امسال است. از این میزان، مالیات اشخاص حقوقی ۴۴ هزار میلیارد و ۲۲۶ میلیون تومان است، به‌طوری که سهم مالیات شرکت‌های دولتی ۶ هزار میلیارد و ۹۴۲ میلیون تومان و مالیات علی‌الحساب اشخاص حقوقی دولتی ۵ هزار میلیارد و ۷۸۸ میلیون تومان است.

مالیات نهاده‌ها و بنیادهای انقلاب اسلامی نیز ۱۶ میلیارد و ۶۶۶ میلیون تومان است. مالیات شرکت‌ها و موسسات وابسته به آستان قدس رضوی هم ۱۰۰ هزار تومان تعیین شده است. مالیات بنگاه‌های اقتصادی زیرمجموعه نیروهای مسلح و ستاد اجرایی فرمان حضرت امام نیز ۱۰ هزار تومان و مالیات اشخاص حقوقی غیردولتی یعنی بخش خصوصی ۳۱ هزار و ۱۴۷ میلیارد تومان اعلام شده است.

شخصیت‌های حقوقی در بودجه سال آینده چقدر مالیات می‌دهند؟

مسیرهای درآمذزایی دولت در بودجه ۹۹



مالیاتی و واگذاری اموال منقول و غیرمنقول افزایش درآمد در نظر گرفته است. در هر کدام از بخش‌های دیگر درآمدی نیز افزایش درآمد اتفاق افتاده است تا ضمن جبران کاهش منابع حاصل از فروش نفت، وابستگی به گزارش ایران، منابع حاصل از نفت و فرآورده‌های نفتی در کل درآمدهای دولت به میزان ۴۸ هزار و ۲۹۸ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده است. این در حالی است که در بودجه سال ۹۸، سهم این درآمدها ۱۵۳ هزار میلیارد تومان بود، بنابراین میزان درآمدهای نفتی در بودجه امسال حدود ۱۰۵ هزار میلیارد تومان کاهش یافته است. سهم درآمدهای مالیاتی نیز در بودجه سال آینده، بیش از ۱۹۵ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده که حدود ۲۳ هزار میلیارد تومان بیشتر از رقم مصوب امسال است. در بودجه ۹۸، سهم درآمدهای مالیاتی حدود ۱۷۲ هزار میلیارد تومان مصوب شده بود که طی هشت ماه نخست امسال، حدود ۸۹ هزار میلیارد تومان آن محقق شده است.

درآمد ۴۹،۵ هزار میلیارد تومان از واگذاری اموال

همچنین فروش و واگذاری اموال، مسییر دیگری است که دولت در بودجه سال ۹۹ برای درآمدزایی اعلام کرده است. دولت دوازدهم برای سال آینده، ۴۹ هزار و ۵۴۵ میلیارد و ۸۹۹ میلیون تومان درآمد از فروش و واگذاری اموال منقول و غیرمنقول پیش‌بینی کرده که این رقم هزار و ۲۴۷ میلیارد تومان بیشتر از درآمدهای نفتی بودجه است. در بودجه سال ۹۸، منابع حاصل از فروش و واگذاری اموال منقول و غیرمنقول تنها ۴هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان حاصل شده بود، بنابراین دولت روحانی، درآمد خود از واگذاری اموالش را بیش از ۴۵ هزار میلیارد تومان افزایش داده است. فروش ساختمان‌ها و تاسیسات دولتی، فروش و واگذاری اراضی، فروش ماشین‌آلات و تجهیزات دستگاه‌ها، فروش یادگان‌ها به شهرداری، فروش خانه‌های سازمانی، فروش زندان‌های قدیمی، فروش دارایی‌های وزارت راه‌وشهرسازی، مولدسازی دارایی‌های دولت و ... از جمله اموال منقول و غیرمنقول دولت به حساب می‌آیند.

مسیر دیگر دولت برای درآمدزایی در بودجه ۹۹، درآمد حاصل از مالکیت است که درآمدی ۲۰ هزار میلیارد تومانی برای آن پیش‌بینی شده است.

مسیر دیگر دولت برای درآمدزایی در بودجه ۹۹، درآمد حاصل از مالکیت است که درآمدی ۲۰ هزار میلیارد تومانی برای آن پیش‌بینی شده است. در هر کدام از بخش‌های دیگر درآمدی نیز افزایش درآمد اتفاق افتاده است تا ضمن جبران کاهش منابع حاصل از فروش نفت، وابستگی به گزارش ایران، منابع حاصل از نفت و فرآورده‌های نفتی در کل درآمدهای دولت به میزان ۴۸ هزار و ۲۹۸ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده است. این در حالی است که در بودجه سال ۹۸، سهم این درآمدها ۱۵۳ هزار میلیارد تومان بود، بنابراین میزان درآمدهای نفتی در بودجه امسال حدود ۱۰۵ هزار میلیارد تومان کاهش یافته است. سهم درآمدهای مالیاتی نیز در بودجه سال آینده، بیش از ۱۹۵ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده که حدود ۲۳ هزار میلیارد تومان بیشتر از رقم مصوب امسال است. در بودجه ۹۸، سهم درآمدهای مالیاتی حدود ۱۷۲ هزار میلیارد تومان مصوب شده بود که طی هشت ماه نخست امسال، حدود ۸۹ هزار میلیارد تومان آن محقق شده است.

همچنین فروش و واگذاری اموال، مسییر دیگری است که دولت در بودجه سال ۹۹ برای درآمدزایی اعلام کرده است.

سال آینده، ۴۹ هزار و ۵۴۵ میلیارد و ۸۹۹ میلیون تومان درآمد از فروش و واگذاری اموال منقول و غیرمنقول پیش‌بینی کرده که این رقم هزار و ۲۴۷ میلیارد تومان بیشتر از درآمدهای نفتی بودجه است.

چشم‌انداز رونق غیر تورمی ملک

بروز ۲ عامل محرک در بازار مسکن

دو عامل رونق‌بخش، تقاضای واقعی را به سمت بازار مسکن سوق داد؛ به دنبال کاهش ۷درصدی قیمت نسبت به نقطه اوج و نزدیک شدن به ماه‌های پایانی سال، طرف تقاضا به تدریج با اقتباس از ادوار گذشته خود را برای خرید آماده می‌کند. قیمت ماهیانه مسکن شهر تهران در وضعیت کلی ۲درصد کاهش داشته است. رقم افت قیمت نسبت به نقطه اوج بازار در تیرماه به ۷درصد می‌رسد. کاهش قیمت‌ها تا یک طرف و نگرانی از بابت تورم سیستماتیک در پایان سال و اثر تغییر نرخ بنزین، برخی متقاضیان مصرفی را به خرید مجاب کرد. به طوری که معاملات در دو ماه گذشته به ترتیب ۲۲ و ۱۹درصد بالا رفت. در شرایط فعلی، کارشناسان معتقدند که هر دو طرف عرضه و تقاضا در بازار مسکن به درک مشترک رسیده‌اند. از یک طرف مالکان به این نتیجه رسیده‌اند که ظرفیتی برای رشد قیمت وجود ندارد. خریداران نیز می‌دانند که نمی‌توان انتظاری ریزش شدید قیمت را داشت. آبان ماه ۱۳۹۸ با اینکه معدل کلی قیمت مسکن شهر تهران ۲درصد نسبت به ماه قبل از آن کاهش داشته اما جزئیات گویای آن است که قیمت در ۱۵ منطقه نیمه جنوبی و پرتقاضای شرق و غرب، رشد یافت اما با توجه به افت نسبتا زیاد قیمت‌ها در مناطق ۲، ۳، ۴، ۵، ۸، ۱۱ و ۲۰ میانگین کل ۲درصد کاهش نشان داد.

نمایه‌های در یافتی حاکی از آن است که قیمت مسکن به کف نزدیک شده و متقاضیان موثر که خانه را به قصد سکونت خریداری می‌کنند برای خرید آماده می‌شوند. البته با وجود افزایش قیمت آهن‌آلات و نرخ دستمزد

فرصت امروز: بررسی جزئیات لایحه بودجه سال ۹۹ از کاهش وابستگی نفتی بودجه با افزایش ۲۳ هزار میلیارد تومانی درآمدهای مالیاتی و همینطور افزایش ۴۵ هزار میلیارد تومانی واگذاری دارایی‌های دولتی حکایت دارد. با کاهش صادرات نفت ایران به‌واسطه تحریم‌ها در یکی دو سال گذشته، این توفیق اجباری برای اقتصاد ایران حاصل شده است تا درآمدهای نفت و گاز در بودجه سال ۹۹ به حداقل ممکن برسد. همچنین نحوه هزینه‌کرد این درآمدهای نفتی در بودجه سال آینده متفاوت از بودجه سال‌های گذشته است.

رئیس‌جمهور روز گذشته لایحه بودجه ۴۸۴ هزار میلیارد تومانی سال آینده را به مجلس ارائه کرد و حالا دقیق‌تر می‌توان به بررسی جزئیات منابع و مصارف بودجه ۹۹ پرداخت. به طور خلاصه، منابع بودجه سال

آینده ۱۹ میلیون و ۸۸۷ هزار و ۳۷۰ میلیارد و ۹۱۰ میلیون ریال و مصارف بودجه نیز برابر با همین رقم تعیین شده است. همچنین عمومی بودجه حدود ۴میلیون و ۸۴۵ هزار و ۹۶۸ میلیارد و ۶۶ میلیون است. درآمد اختصاصی وزارت‌خانه‌ها و موسسه‌های دولتی نیز حدود ۷۹۲ هزار و ۳۲۴ میلیارد و ۹۸۳ میلیون ریال اعلام شده است.

بودجه شرکت‌های دولتی، بانک‌ها و موسسه‌های انتفاعی وابسته به دولت از نظر درآمدها و سایر منابع تامین اعتبار حدود ۱۴ میلیون و ۸۳۹ هزار و ۴۵۷ میلیارد و ۶۸۹ میلیون ریال و از لحاظ هزینه‌ها و سایر پرداخت‌ها نیز معادل همین رقم در نظر گرفته شده است. درآمدهای مالیاتی هم یک میلیون و ۹۵۰ هزار میلیارد ریال در نظر گرفته شده و سهم صندوق توسعه ملی از منابع حاصل از صادرات نفت و میعانات گازی ۲۰درصد تعیین شده است.

بیشترین درآمد دولت در بودجه از کدام بخش‌هاست؟ راه‌های درآمدزایی دولت در بودجه سال آینده شامل ۴۸،۲ هزار میلیارد تومان درآمد نفتی، ۱۹۵ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی، ۴۹،۵ هزار میلیارد تومان درآمد حاصل از فروش و واگذاری اموال و همچنین ۳۰ هزار میلیارد تومان درآمد حاصل از مالکیت دولت است.

اگرچه میزان درآمدهای نفتی در بودجه ۱۰۵ هزار میلیارد تومان کاهش یافته است، اما دولت ۶۸ هزار میلیارد تومان تنها از دو محل درآمدهای بودجه سال‌های گذشته است.

رئیس‌جمهور روز گذشته لایحه بودجه ۴۸۴ هزار میلیارد تومانی سال آینده را به مجلس ارائه کرد و حالا دقیق‌تر می‌توان به بررسی جزئیات منابع و مصارف بودجه ۹۹ پرداخت. به طور خلاصه، منابع بودجه سال آینده ۱۹ میلیون و ۸۸۷ هزار و ۳۷۰ میلیارد و ۹۱۰ میلیون ریال و مصارف بودجه نیز برابر با همین رقم تعیین شده است. همچنین عمومی بودجه حدود ۴میلیون و ۸۴۵ هزار و ۹۶۸ میلیارد و ۶۶ میلیون است. درآمد اختصاصی وزارت‌خانه‌ها و موسسه‌های دولتی نیز حدود ۷۹۲ هزار و ۳۲۴ میلیارد و ۹۸۳ میلیون ریال اعلام شده است.

بودجه شرکت‌های دولتی، بانک‌ها و موسسه‌های انتفاعی وابسته به دولت از نظر درآمدها و سایر منابع تامین اعتبار حدود ۱۴ میلیون و ۸۳۹ هزار و ۴۵۷ میلیارد و ۶۸۹ میلیون ریال و از لحاظ هزینه‌ها و سایر پرداخت‌ها نیز معادل همین رقم در نظر گرفته شده است. درآمدهای مالیاتی هم یک میلیون و ۹۵۰ هزار میلیارد ریال در نظر گرفته شده و سهم صندوق توسعه ملی از منابع حاصل از صادرات نفت و میعانات گازی ۲۰درصد تعیین شده است.

بیشترین درآمد دولت در بودجه از کدام بخش‌هاست؟

راه‌های درآمدزایی دولت در بودجه سال آینده شامل ۴۸،۲ هزار میلیارد تومان درآمد نفتی، ۱۹۵ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی، ۴۹،۵ هزار میلیارد تومان درآمد حاصل از فروش و واگذاری اموال و همچنین ۳۰ هزار میلیارد تومان درآمد حاصل از مالکیت دولت است.

اگرچه میزان درآمدهای نفتی در بودجه ۱۰۵ هزار میلیارد تومان کاهش یافته است، اما دولت ۶۸ هزار میلیارد تومان تنها از دو محل درآمدهای

بهترین زمان خرید مسکن چه موقع است؟

بانک نامه

بانک پاسارگاد برای دانش‌آموزان، سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت افتتاح می‌کند

بانک پاسارگاد در راستای توسعه خدمات خود و ایجاد آمادگی برای دانش‌آموزان جهت بهره‌مندی از خدمات بانکی به‌عنوان آینده‌سازان کشور، سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت دانش‌آموزی افتتاح می‌کند.

به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت دانش‌آموزی که برای دانش‌آموزان مقطع تحصیلی متوسطه افتتاح خواهد شد، می‌تواند به عنوان ابزاری مناسب جهت آموزش نوجوانان در خصوص انجام عملیات بانکی و همچنین ایجاد زمینه مناسب برای مدیریت هزینه‌ها و شکل‌گیری استقلال آنها در انجام امور بانکی و اقتصادی و توسعه دانش مالی و بانکی آنها در آینده باشد.

براساس این خبر، بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، علاوه بر واریز مبلغ ۵۰۰ هزار ریال به عنوان هدیه جهت افتتاح حساب، هیچ‌گونه کارمزدی نیز در هنگام گشایش سپرده و صدور کارت اخذ نخواهد کرد. دانش‌آموزان با افتتاح این حساب، کارت نقدی با عنوان «کارت دانش‌آموز» با طرح اختصاصی دریافت خواهند کرد. همچنین سود این سپرده، ۱۰ درصد به صورت ماه‌شمار، مشابه با سایر سپرده‌های کوتاه‌مدت عادی، محاسبه و پرداخت خواهد شد.

گفتنی است شعبه‌های بانک پاسارگاد در سراسر کشور و مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی این بانک به شماره ۰۲۸۸۹۰۰ آماده پاسخگویی به سؤالات و ارائه اطلاعات تکمیلی هستند.

جزئیات بودجه سال آینده

سقف وام ازدواج در سال آینده چقدر است؟

رقم تسهیلات ازدواج در بودجه سال آینده مشخص شد. براساس مفاد پیش‌بینی‌شده در لایحه بودجه سال آینده و در صورت تصویب مجلس شورای اسلامی در سال آینده به منظور حمایت از ازدواج جوانان، بانک مرکزی موظف است از محل پس‌انداز و جاری قرض‌الحسنه نظام بانکی، تسهیلات ازدواج به زوج‌هایی که تاریخ عقد آنها بعد از اول فروردین ۱۳۹۶ است و تاکنون وام ازدواج دریافت نکرده‌اند، با اولویت نخست پرداخت کند. سقف تسهیلات برای هر یک از زوج‌ها در سال آینده ۳۰۰میلیون ریال برابر با ۲۰ میلیون تومان است. دوره بازپرداخت پنج ساله تعیین شده است. پرداخت این وام با معرفی یک ضامن معتبر و سفته امکانتیذر خواهد بود.

شرط پرداخت حقوق کارکنان دولت در سال آینده

ثبت‌نام در سامانه کارمند ایران

اعتبار حقوق و مزایای کارکنان نیز در سال ۹۹ مشخص شد و کل اعتبار در نظر گرفته شده برای حقوق و مزایای کارکنان ۱۱۳ هزارمیلیارد تومان است.

طبق لایحه بودجه سال آینده مقرر است تمام اطلاعات کارکنان دولت باید در سامانه «کارمند ایران» ثبت یا به‌روزرسانی شود و تخصیص اعتبار حقوق کارکنان از تیر ۹۹ صرفاً براساس این اطلاعات خواهد بود. بررسی تبصره‌های لایحه بودجه ۹۹ نشان می‌دهد، تمام اطلاعات کارکنان دولت باید در سامانه «کارمند ایران» ثبت یا به‌روزرسانی شود و تخصیص اعتبار حقوق کارکنان از تیر ۹۹ صرفاً براساس این اطلاعات خواهد بود.

در بودجه سال ۹۹

عوارض خروج از کشور افزایش یافت

عوارض خروج از کشور در سال آینده ۲۶۴ هزار تومان اعلام شد. براساس مفاد پیش‌بینی‌شده در لایحه بودجه سال آینده عوارض خروج برای هر نفر برابر با ۱۶۴ هزار تومان است. عوارض خروج برای زائرین حج تمتع و عمره نیز برابر با ۱۳۲ هزار تومان تعیین شده است. در صورت تصویب مجلس شورای اسلامی عوارض خروج هوایی برای زائران عتبات عالیات جز در ایام اربعین ۴۵ هزار تومان و عوارض خروج زمینی و دریایی برای این دسته از زائران در ایامی جز ایام اربعین ۱۵ هزار تومان تعیین شده است. در سال جاری عوارض خروج برای هر نفر ۲۲۰ هزار تومان و عوارض خروج زائرین حج تمتع، عمره و عتبات عالیات برابر با ۱۱۰ هزار تومان تعیین شده بود. در سال جاری مقرر شد ارقام تعیین‌شده به ازای سفر دوم ۵۰درصد و به ازای سفر سوم به بعد ۱۰۰درصد افزایش یابد.

سکه گران شد

بازار جهانی طلا در حالی رو به کاهش رفت که در بازار ایران روند قیمت طلا افزایشی شده است.

به گزارش خبرنگارانین، در بازار طلای تهران، هر گرم طلای ۱۸ عیار با افزایش حدود ۶هزار تومانی ۴۶۱ هزار و ۷۰۰ تومان خرید و فروش شد. این در حالی است که سکه تمام بهار آزادی طرح جدید نیز با افزایش ۸هزار تومانی ۴ میلیون و ۵۹۰ هزار تومان در بازار عرضه شد و نرخ سکه تمام بهار طرح قدیم نیز ۴میلیون و ۵۲۰ هزار تومان تعیین شد.

هر نیم سکه بهار آزادی با افزایش ۱۰ هزار تومانی ۲میلیون و ۴۵۳ هزار تومان به فروش رفت و هر ربع سکه نیز یک میلیون و ۵۵۰ هزار تومان به بازار عرضه شد. در بازارهای جهانی نیز هر تیر و ۴۶۰ دلار خرید و فروش شد. این در حالی است که این مهم از کاهش حدوداً یک درصدی قیمت در بازار طلای جهانی خبر می‌دهد.

همچنین نرخ دلار در صرافی‌های بانکی با رشد ۵۰ تومانی قیمت نسبت به روز نخست هفته به رقم ۱۲ هزار و ۹۵۰ تومان رسید. نرخ خرید هر دلار در تابلوی صرافی‌های بانکی ۱۲ هزار و ۷۵۰ تومان و فروش ۱۲ هزار و ۹۵۰ تومان درج شد. نرخ خرید هر یورو نیز ۱۴ هزار و ۲۵۰ تومان و فروش ۱۴ هزار و ۴۵۰ تومان شد. میانگین بهای هر یورو در روز معاملاتی شنبه در سامانه سننا ۱۴ هزار و ۱۲۲ تومان و هر دلار ۱۲ هزار و ۸۹۹ تومان بود. همچنین در سامانه نیما و در همین روز هر حواله یورو ۱۲ هزار و ۲۱۴ تومان فروخته شد، هر حواله دلار نیز ۱۰ هزار و ۹۱۱ تومان به فروش رسید.

بهای ارز پس از افزایش قیمت بنزین در ۲۴ آبان ماه، روندی صعودی یافت به‌طوری که از محدودده ۱۱ هزار و ۴۰۰ تومان به مرز ۱۳ هزار تومان نزدیک شده است. تاثیر روانی افزایش قیمت بنزین و کاهش عرضه ارز توسط برخی صادرکنندگان از مهم‌ترین عوامل رشد نرخ دلار در روزهای اخیر به شمار می‌رود.

www.forsatnet.ir

منابع درآمدی بانک‌ها در بودجه سال آینده ۱۱۹ هزار میلیارد تومان شد

تحولات بودجه در بخش پولی و بانکی

بانک‌ها پیش‌بینی شده که به این ترتیب، درآمد و هزینه بانک‌ها با هم برابر می‌شود.

جریمه مالیاتی بانک‌ها و بیمه‌های متخلف در بودجه

همچنین طبق آنچه در لایحه بودجه سال ۹۹ اعلام شده، جریمه بانک‌ها و بیمه‌هایی که مالیات‌شان را نپزدانند، اعلام شد. بر این اساس، بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری در صورت عدم رعایت تکالیف عنوان‌شده و سایر تکالیف مقرر در قانون مالیات‌های مستقیم، و آیین‌نامه اجرایی آن، علاوه بر جریمه‌های مشخص در قانون مالیات‌های مستقیم، مشمول جریمه‌ای معادل ۲درصد حجم سپرده‌های اشخاص نزد بانک و موسسه اعتباری می‌شوند. این جریمه‌ها از طریق مقررات قانون مذکور قابل مطالبه و وصول خواهد بود. همچنین شرکت‌های بیمه مکلف هستند اطلاعات هویتی، مالی و اقتصادی اشخاص حقیقی و حقوقی درخواست‌شده به ترتیبی که سازمان امور مالیاتی مقرر می‌کند، را در اختیار این سازمان قرار دهند. شرکت‌های بیمه هم همچون بانک‌ها، در صورت عدم رعایت این قانون علاوه بر جریمه‌های عنوان‌شده در قانون مالیات‌های مستقیم، مشمول جریمه‌ای معادل ۵درصد حق بیمه دریافتی در پایان سال ۱۳۹۸ خواهند شد.



طبق لایحه بودجه سال آینده، سازمان امور مالیاتی مکلف است نسبت به تعیین تکلیف مطالبات تا پایان سال ۱۳۹۸ مالیات دولت از اشخاص حقوقی و حقیقی اقدام کند و حداقل ۳۰درصد این مطالبات را وصول و به ردیف درآمدی مربوطه واریز کند.

بدهی بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری وثیقه‌دار می‌شود

از سوی دیگر، لایحه بودجه ۹۹، بانک مرکزی را مجاز کرد که به‌تدریج بدهی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری شامل خط اعتباری و اضافه‌پرداشت را وثیقه‌دار کند. در لایحه بودجه ۹۹ به منظور اجرای سیاست پولی و مدیریت نرخ‌های سود در راستای کنترل بلندمدت نقدینگی و کنترل تورم و در راستای اجرای عملیات بازار باز و اعطای اعتبار در قبال وثیقه، به بانک مرکزی اجازه داده می‌شود تا به‌تدریج بدهی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری شامل خط اعتباری و اضافه‌پرداشت را وثیقه‌دار کند.

بر این اساس در پایان سال ۹۹ حداقل ۵۰درصد بدهی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری به بانک مرکزی توثیق به اوراق بدهی منتشره به خزانه شود. سازمان بورس اوراق بهادار

ایمان‌ولی‌پور

ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

کلمه «بودجه» ریشه فرانسوی (Bouget) دارد و البته از زبان انگلیسی اقتباس شده است. دلیل این اقتباس زبانی هم از آنجاست که پروسه تنظیم و تصویب بودجه ابتدا از پارلمان انگلستان شروع شد. این واژه در انگلستان به کیف چرمی گفته می‌شد که وجوه نقد را در آن نگهداری می‌کردند، اما به تدریج برای کیف چرمی که حاوی صورت مخارج و درآمدهای دولت بود، به کار رفت. سپس به‌مرور زمان، اصطلاح بودجه از خود کیف به محتویات آن گفته شد و در سایر زبان‌ها جمله فارسی نیز همین کلمه به کار برده شد. صبح دیروز بود که حسن روحانی لایحه بودجه ۴۸۴ هزار میلیارد تومانی سال ۹۹ را به مجلس ارائه کرد و فرآیند تصویب آن در بهارستان کلید خورد. در گزارش حاضر به تحولات بودجه سال آینده در بخش پولی و بانکی می‌پردازیم و به درآمدها و هزینه‌های بانک‌ها در لایحه بودجه ۹۹ نگاهی می‌کنیم.

بانک‌ها ۸۴۰ میلیارد تومان مالیات می‌دهند

اگرچه درآمد و هزینه بانک‌ها در لایحه بودجه سال آینده نسبت به اسما ۱۰درصد رشد کرده است، اما بانک‌ها باید ۸۴۰میلیارد تومان مالیات پرداخت کنند. طبق لایحه بودجه سال ۹۹، درآمدها و هزینه‌های بانک‌ها در سال آینده نسبت به سال ۹۸ رشد ۱۰درصدی داشته است، به‌طوری که درآمد بانک‌ها در این لایحه ۱۱۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شده است، بنابراین با توجه به پیش‌بینی درآمد ۱۰۵ هزار و ۶۵۷ میلیارد تومانی بانک‌ها در سال جاری، این رقم رشد ۱۰درصدی داشته است. به عبارت بهتر، مجموع کل منابع بانک‌ها در لایحه بودجه ۹۹ کل کشور، رقم ۱۱۹ هزار و ۱۹۲ میلیارد تومان در نظر گرفته شده است که ۱۱۶ هزار و ۴۹۹ میلیارد و ۷۲۸ میلیون تومان آن مربوط به بخش درآمد‌هاست.

در بخش مصارف بانک‌ها نیز رقم ۱۱۹ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده که ۱۱۳هزار و ۱۲۸ میلیارد و ۱۲۸ میلیون تومان مربوط به هزینه‌ها و ۸۴۰ میلیارد تومان مربوط به مالیات است. بررسی‌ها نشان می‌دهد پیش‌بینی هزینه بانک‌ها اسما نسبت به سال گذشته ۱۰درصد افزایش داشته و هزینه آنها از ۱۰۲ هزار و ۶۷۵ میلیارد تومان به ۱۱۳هزار و ۱۲۸ میلیارد تومان رسیده است، از همین رو، دولت پیش‌بینی کرده بانک‌ها در سال آینده باید بیش از ۸۴۰ میلیارد تومان مالیات پرداخت کنند که این رقم نسبت به بودجه اسما رشد حدود ۱۳درصدی داشته است.

همچنین سود ویژه ۵۰درصد بانک‌ها برای سال آینده از سوی دولت ۱۶۸۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شده و این مهم از رشد حدود ۱۳درصدی نسبت به سال جاری حکایت دارد.

در این میان، هزینه‌های سرمایه‌ای بانک‌ها در سال آینده و براساس لایحه بودجه سال ۹۹، بیش از ۳۲۱۳ میلیارد تومان پیش‌بینی شده و هزینه بانک‌ها در از تطاب با افزایش دارایی‌های جاری آنها نیز ۲۴۴ میلیارد تومان در نظر گرفته شده است. به این ترتیب، مجموع هزینه‌های بانک‌ها برای سال آینده با کسر ذخیره استهلاک منظور در هزینه جاری ۱۱۹ هزار میلیارد تومان است که بیش از ۲۶۰۰ میلیارد تومان بیش از درآمد آنهاست، البته در این لایحه ۲۶۹۳ میلیارد تومان درآمد از محل سایر دریافتی‌ها برای

در دومین ماه پاییز

تعداد کارت‌های بانکی فعال افزایش یافت

براساس گزارش منتشره از سوی شاپرک، تعداد کارت‌های بانکی دارای حداقل یک تراکنش در شبیکه پرداخت در آبان‌ماه افزایش یافته و تعداد آن به ۱۰۱ میلیون و ۹۷۶ هزار کارت رسیده است.

به گزارش ایبنا، بررسی آمارهای گزارش اقتصادی آبان‌ماه ۱۳۹۸ شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) نشان می‌دهد که در این مدت بالغ بر ۱۰۱ میلیون و ۹۷۶ هزار و ۱۹۲ کارت بانکی از جمله کارت‌های اعتباری، برداشت و هدیه و ین‌کارت حداقل یک تراکنش را داشتند؛ از سویی دیگر بررسی‌ها نشان می‌دهد که در مهرماه سال جاری یعنی پایان تابستان، تعداد ۱۰۰میلیون و ۶۳۴ هزار و ۴۵۶ کارت بانکی تراکنش داشتند که نشان از افزایش ۱۰.۳۳درصدی تعداد کارت‌های بانکی دارای حداقل یک تراکنش در آبان‌ماه نسبت به مهرماه دارد.

به‌عقابه آمار مهرماه با ماه‌های گذشته به معنای وجود ثبات نسبی در تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در شبیکه پرداخت و رشدی با سرعت پایین است، اما باید به این نکته توجه داشت که میزان کارت‌های بانکی از نوع برداشت در حال افزایش است که نشان از فعال‌شدن برخی کارت‌های غیرفعال یا کارت‌های بانکی جدید در شبیکه پرداخت دارد.

گفتنی است، بررسی گزارش‌های منتشرشده از ابتدای سال ۱۳۹۸ تا آبان‌ماه نشان می‌دهد که به صورت ماهانه از میان بیش از ۳۵۰ میلیون کارت صادره توسط شبکه بانکی، حدود ۱۰۱ میلیون کارت بانکی دارای تراکنش هستند که این میزان کارت بانکی فعال از جمعیت بالای ۱۸ سال ایران یعنی ۵۹ میلیون نفر بیش‌تر است؛ در واقع این موضوع نشان از استفاده گسترده شهروندان از خدمات شبیکه پرداخت و خدمات مبتنی بر کارت دارد.

براساس گزارش شاپرک، در آبان‌ماه، ۹۷ میلیون و ۵۴۵ هزار کارت بانکی از نوع برداشت حداقل یک تراکنش را داشتند که در مقایسه با آمار مهرماه تعداد کارت‌های بانکی برداشت دارای حداقل یک تراکنش در سوییچ شاپرک افزایش ۱.۲۶درصدی داشته است؛ همچنین بالغ بر ۳ میلیون و ۳۱۹ هزار کارت بانکی از نوع هدیه و ین‌کارت در شبیکه پرداخت کشور فعالیت داشته که نسبت به ماه گذشته رشد ۳.۲۲درصدی داشته و ۱۱۰هزار و ۵۷۴ کارت بانکی از نوع کارت اعتباری در آبان‌ماه حداقل یک تراکنش را داشته‌اند که نسبت به شش‌هوروبماه کاهش منفی ۲.۳۱درصدی به خود اختصاص داده است.

بررسی سهم بانک‌های صادرکننده از تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در شبیکه شاپرک در آبان‌ماه نشان می‌دهد که بانک ملی ایران با سهم ۲۲.۴۴درصدی بیشترین سهم از کارت‌های بانکی تراکنش‌دار را در میان شبکه بانکی کشور در اختیار دارد و در ادامه بانک‌های ملت، صادرات ایران و کشاورزی به ترتیب جایگاه دوم تا چهارم بیشترین سهم از کارت‌های بانکی تراکنش‌دار مهرماه را به خود اختصاص داده‌اند که نسبت به شش‌هوروبماه یکسان بوده است؛ از سویی دیگر بانک سپه که تعداد بسیار زیادی کارت بانکی صادر کرده در جایگاه سهم بانک‌های صادرکننده از تعداد کارت‌های بانکی تراکنش‌دار با سهم ۶.۷۶درصدی در جایگاه پنجم قرار گرفته است.

تلفن مستقیم: ۰۷۳۳۹۰۸۶۰

همچنین مکلف به همکاری در توثیق اوراق بدهی خزانه نزد بانک مرکزی است. همچنین

بانک مرکزی مجاز است با تصویب شورای پول و اعتبار بابت درصدی از سپرده‌های قانونی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری، اوراق مالی اسلامی منتشره از سوی دولت را بپذیرد.

تعیین سقف ۳۰ میلیارد دلاری برای استفاده از فاینانس

همچنین سقف تسهیلات تامین مالی خارجی (فاینانس) برای طرح‌های دولتی و غیردولتی در لایحه بودجه ۹۹ به همراه باقی‌مانده سهمیه سال‌های قبل، معادل ریالی ۳۰ میلیارد دلار تعیین شد.

با پیشنهاد دولت در لایحه بودجه سال آینده و در موارد لازم، وزیر اقتصاد می‌تواند برای استفاده از تسهیلات مالی خارجی (فاینانس)، تضمین‌های لازم را ارائه کند. بر این اساس، در مواردی که استفاده از تسهیلات مالی خارجی (فاینانس) منوط به تضمین دولت و مبنی بر بازپرداخت اصل و هزینه‌های تسهیلات مالی اخذشده از منابع بانک‌های کارگزار خارجی و بانک‌ها و مؤسسات مالی و توسعه‌ای بین‌المللی باشد، وزیر اقتصاد مجاز است پس از تصویب هیات‌وزیران به نمایندگی از طرف دولت ضمانت‌نامه‌های کلی و یا اختصاصی موردنیاز برای طرح‌های مذکور را حداکثر ظرف مدت یک ماه صادر و یا اختیار امضای آن را با تصویب هیات وزیران به مقام مسئول ذی‌ربط تفویض کند.

در مورد کلیه طرح‌های دولتی و غیردولتی متقاضی استفاده از تسهیلات مالی خارجی (فاینانس)، اخذ تاییدیه دستگاه اجرایی ذی‌ربط (به منظور تایید اولویت برای استفاده از تأمین مالی خارجی)، وزارت اقتصاد (به منظور صدور ضمانت‌نامه دولتی)، بانک مرکزی (به منظور کنترل تعادل و مدیریت تراز ارزی کشور) و سازمان برنامه و بودجه ضروری بوده و بازپرداخت اصل و سود هر یک از طرح‌ها از محل عایدات طرح و یا منابع پیش‌بینی شده در این قانون قابل پرداخت است. درخصوص طرح‌های غیردولتی نیز وزارت اقتصاد موظف است پس از اخذ تضمین لازم از بانک‌های عامل که به پشتوانه اخذ وثیقه‌های مناسب و کافی از مالکان طرح‌ها صادر شده، نسبت به صدور ضمانت‌نامه بازپرداخت اقدام کند. دولت مجاز است یک میلیارد دلار از تسهیلات تأمین مالی خارجی(فاینانس) فوق‌الذکر را برای استفاده از منابع بانک‌ها و مؤسسات مالی و توسعه‌ای بین‌المللی به منظور تجهیز آزمایشگاه‌ها و کارگاه‌های دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزش عالی و پژوهشی و فناوری و مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای دولتی با تضمین دولت و بازپرداخت آن، از محل اعتبارات بودجه عمومی تأمین کند.

اختصاص ۳هزار میلیارد از بیمه شخص ثالث برای کاهش تصادف
همچنین شرکت‌های بیمه‌ای مکلف شده‌اند مبلغ ۳هزار میلیارد ریال از اصل حق بیمه شخص ثالث دریافتی را با هدف هزینه‌کرد در بخش کاهش تصادفات و مرگ و میر به خزانه‌داری کل کشور واریز کنند. مبلغ تعیین‌شده برای پرداخت توسط بیمه‌ها در این بخش، تفاوتی با قانون بودجه سال ۹۸ ندارد.

منابع حاصله در اختیار سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای، نیروی انتظامی و سازمان اورژانس قرار می‌گیرد تا در ردیف‌های مربوط به این دستگاه‌ها در امور منجر به کاهش تصادفات و مرگ و میر، هزینه شود. بیمه مرکزی ایران موظف به نظارت بر اجرای این بند است و سه نهاد یادشده موظفند گزارش عملکرد خود را هر سه ماه یکبار از نحوه هزینه وجوه مذکور به بیمه مرکزی ایران گزارش کنند.



شرکت آب و فاضلاب روستایی استان البرز

آگهی تجدید دوم مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۹۸/۰۰۵

نوبت اول

۱- نام دستگاه مناقصه گزار : شرکت آب و فاضلاب روستایی استان البرز

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان البرز در نظر دارد نسبت به انجام مناقصه برابرمشخصات جدول ذیل از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) اقدام نماید.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس http://www.setadiran.irhttp://www.setadiran.ir برگزار خواهد شد. ضمناً مناقصه گرانی که عضو سامانه نمی باشند جهت شرکت در مناقصه مؤظفند نسبت به انجام مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی اقدام نمایند.

۲- آدرس دستگاه مناقصه گزار : کرج ، چهارراه هفت تیر. ابتدای بلوار دانش آموز، جنب درمانگاه شهید کلانتری (نبش کوچه ستاره ۲)، شرکت آب وفاضلاب روستایی استان البرز

۳- موضوع مناقصه : آبرسانی به روستاهای استان البرزبه شرح جدول ذیل:

ردیف	عنوان پروژه	مدت اجرا	مبلغ	مبلغ تضمین	رنه مورد نیاز از سازمان مدبریت و برنامه ریزی
۱	تامین آب شرب روستاهای شهرستان فردیس	۱۰ ماه	۹/۶۱۵/۸۲۲/۶۵۳	۴۸۰/۷۹۱/۱۳۳	پنج آب

۴- دستگاه نظارت : معاونت مهندسی و توسعه

۵- برآورد مبلغ اولیه پیمان: بر اساس فهرست بهای پایه سال ۱۳۹۸ به شرح جدول فوق (ضمناً تعیین دامنه قیمت های متناسب پیشنهادی در مناقصات یک مرحله ای طبق بخشنامه ۹۴/۱۵۸۷۶۴ مورخ ۱۳/۰۷/۱۳۹۴ معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهوری سابق در این مناقصه اعمال می گردد.)

۶-نوع تضمین شرکت در مناقصه: ضمانتنامه بانکی به حساب جاری سیبا بانک ملی به شماره حساب ۰۲۱۶۰۱۶۰۰۲۷۵۲۱۷ نزد بانک ملی شعبه جهانشهر کرج کد ۲۶۴۱ به نام شرکت آب و فاضلاب روستایی استان البرز می باشد.

۸- مهلت فروش اسناد مناقصه : از روزدوشنبه مورخ ۱۸/۰۹/۹۸ لغایت ساعت ۱۹ روز پنجشنبه مورخ ۲۱/۰۹/۹۸ بسترسامانه تدارکات الکترونیک دولت(ستاد)

۸-مهلت تحویل اسناد : تا ساعت ۱۹ روز دوشنبه مورخ ۰۲/۱۰/۹۸ بسترسامانه تدارکات الکترونیک دولت(ستاد)

۹- تاریخ بازگشایی اسناد : ساعت ۸ صبح روز سه شنبه مورخ ۰۳/۱۰/۹۸

۱۱-شرایط شرکت درمناقصه: پیمانکاران برای شرکت در مناقصه علاوه بر رتبه سازمان مدبریت و برنامه ریزی، باید سوابق کاری و گواهینامه HSE از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی داشته باشند همچنین پیمانکاران بعلت ضیق وقت بایستی تمام عملیات اجرایی روستاهای هر بخش را بصورت همزمان و باکیف های متعدد انجام دهند.

۱۲- مدت اعتبار پیشنهادات مناقصه: از تاریخ باز گشایی سه ماه می باشد.

۱۳- محل تأمین اعتبار : اعتبارات عمرانی (اسناد خزانه اسلامی) می باشد.

۱۴- سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.

۱۵-آگهی مذکوردر پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور و سایت مناقصه و مزایده شرکت مهندسی آفگای کشور به آدرس http://tender.nww.ir و http://iets.mporg.ir و سایت شرکت آب و فاضلاب روستایی استان البرز به آدرس http://abfar-alborz.ir درج خواهد شد.

۱۶-کلیه هزینه های درج آگهی به عهده برنده مناقصه خواهد بود.

تذکر: به پیشنهادهای فاقد سپرده ، سپرده های مخدوش ، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن ویا فاقد امضاء، مشروط ، مخدوش وپیشنهادهایی که پس از مهلت مقرر ارسال شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.ارائه شماره اقتصادی و شناسه ملی ورعایت الزامات ایمنی توسط کلیه مناقصه گران الزامی میباشد.

شناسه آگهی: ۶۸۸۹۴۳

۵۰

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان البرز

بورس کالا



نایب‌رئیس انجمن پسته ایران مطرح کرد

نظام انبارداری، مشوق ورود پسته‌کاران به بورس کالا

نایب‌رئیس انجمن پسته ایران گفت فعالان بازار پسته و کشاورزان همواره برای نگهداری ۱۰ تن پسته، این نگرانی را داشتند که کجا، چگونه و با چه هزینه‌ای محصولشان را نگهداری کنند اما امروز با سازوکار بورس و معاملات گواهی سپرده پسته این مشکل قدیمی به سادگی برطرف شد.

کریم امین‌زاده، فعال صنعت پسته و نایب‌رئیس انجمن پسته ایران در گفت‌وگو با سنا، گفت: من چند سالی بود که با عرضه پسته در بورس مخالف بودم زیرا تنوع موجود در آن و تعدد اعداد و ارقامی که در آن وجود دارد و همچنین نگرانی از حیث کیفیت پسته را از دلایل نشدنی عرضه پسته در بورس می‌دانستم، اما طی جلسه‌ای که با مسئولان بورس کالا و متخصصان این حوزه داشتیم، به این باور رسیدیم که پسته می‌تواند با رعایت برخی جزئیات، وارد بورس شود. به گفته امین‌زاده، به دلیل اینکه عرضه پسته در بورس کالا برای همه مردم و کشاورزان شناخته‌شده نبود، بهتر بود که یک نمونه پسته عرضه شود و سپس با برطرف کردن چالش‌های آن، کم‌کم نمونه‌های دیگری غیر از فندقی مانند پسته «بادامی»، «کله قوچی» و حتی «دهن بست» هم وارد بورس شود که به نظر می‌رسد این اتفاق رقم بخورد.

نایب‌رئیس انجمن پسته ایران با اشاره به مزایای عرضه پسته در بورس گفت: فعالان بازار پسته و کشاورزان همواره برای نگهداری ۱۰ تن پسته، این نگرانی را داشتند که کجا، چگونه و با چه هزینه‌ای محصولشان را نگهداری کنند، اما امروز با سازوکار بورس و معاملات گواهی سپرده پسته این مشکل قدیمی به سادگی برطرف شد.

وی با اشاره به نگرانی‌های عمده موجود برای بازار پسته، اذعان کرد: هزینه‌های بالای نگهداری در بازار سنتی، دلهره و اینکه اغلب کشاورزان قادر به نگهداری پسته نیستند و حتی نمی‌توانند محصولشان را در انباری به صورت امانات بگذارند چراکه باز هم امنیت لازم را ندارد، سبب می‌شود تا دلگرمی به عرضه پسته در بورس کالا تقویت شود.

امین‌زاده اظهار کرد: با توجه شکل‌گیری معاملات گواهی سپرده و قرارداد آتی پسته، این مزیت برای کشاورز وجود دارد که نگرانی برای نگهداری پسته را نداشته باشد. این کارشناس حوزه پسته در خصوص معاملات بدون ریسک و تضمین‌شده بورس کالا گفت: یک عرضه‌کننده پسته با حضور در بورس کالا می‌تواند با اطمینان به مجموعه‌ای با پشتوانه قانونی، محصول خود را در اختیار آن بگذارند و به واسطه برگه‌ای که در اختیار دارد، به عنوان وثیقه یا ضمانت استفاده کند.

نایب‌رئیس انجمن پسته ایران در ادامه اظهارات خود به دلیل دیگری که در فهرست مزایای عرضه پسته در بورس کالا قرار می‌گیرد، اشاره و خاطر نشان کرد: یکی از دلایلی که بنده به عرضه پسته در بورس متقاعد شدم، قیمت‌گذاری محصول با استاندارد به اداره استاندارد بود. نکته جالب توجه این بود که برای یک نمونه پسته، حدود ۱۵ آیتم در قیمت‌گذاری لحاظ شده بود که این امر، دقت و حساسیت را در دقیق بودن معاملات نشان می‌دهد.

وی ادامه داد: دقت در قیمت‌گذاری سبب می‌شود افراد زیادی از جمله کشاورزان از این امر استقبال کنند و با حذف نگرانی خود از نگهداری پسته، با سود و قیمت‌های به‌روز و آنلاین همراه باشند.

امین‌زاده همچنین بزرگترین مزیت عرضه پسته در بورس کالا را تسهیل روند خرید و فروش برای خریداران و متقاضیان عنوان کرد و گفت: بزرگترین مزیت برای معامله‌گران است که علاوه بر صرفه‌جویی در زمان و هزینه، به سادگی از طریق سیستم‌های الکترونیکی، پسته را خرید و فروش کنند.

وی در بخش دیگری از اظهارات خود به اهمیت اطلاع‌رسانی برای عرضه پسته در بورس به خریداران و فروشندگان تاکید و اظهار کرد: با اطلاع‌رسانی بیشتر می‌توان در باور سنتی فعالان بازارهای مختلف به خصوص در بخش کشاورزی تجدیدنظر کرد و به این باور رسید که آمدن محصولاتی همچون پسته به بورس می‌تواند موفق و مثبت باشد؛ در این زمینه همفکری و هم‌اندیشی با فعالان بازار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.



پرش شاخص بورس تهران به ارتفاع ۳۳۲ هزار واحد

بورس رکورد شکست

و بجنورد (قشیر) و ویتانا (غوتنا) مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند. از جمله نمادهای پربیننده بازار فرابورس در روز گذشته، گروه صنایع کاغذ پارس، سهامی ذوب آهن اصفهان، توسعه مولد نیروگاهی جهرم، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی، بازرگانی و تولیدی مرجان کار، توزیع داروپخش و زرین معدن آسیا بودند.

تأثیر بودجه و نرخ ارز بر روند آتی بازار سهام

در حالی که روز گذشته لایحه بودجه سال ۹۹ از سوی حسن روحانی تقدیم مجلس شد، گمانه‌زنی درباره اثرات بودجه بر سمت و سوی بازار سهام در میان کارشناسان مطرح شده است. بازار سرمایه به دلیل ماهیت تأثیرپذیری از متغیرهای مختلف ممکن است مسیرهای متفاوتی را در آینده در پیش بگیرد و در این میان، مباحث طرح‌شده در لایحه بودجه سال آینده و تغییرات آن در مجلس شورای اسلامی بی‌تردید در شکل‌گیری روند آتی بازار سهام تأثیر غیرقابل‌انکاری دارد.

در همین زمینه، احسان عسگری کارشناس بازار سرمایه، مهمترین فاکتورهای مؤثر بر بازار و تغییرات قیمتی سهام در روزها و هفته‌های آتی را برشمرد و گفت: تحولات بودجه سال آینده در کنار گزارش‌های ۹ ماهه شرکت‌ها فاکتور تأثیرگذاری بر روند آتی بازار خواهد بود. عواملی مانند روند قیمت ارز، تغییرات در نرخ تورم، شرایط سیاسی منطقه و موضوعاتی از این دست هم بر بازار سرمایه تأثیر داشته و بر شکل‌گیری روند سهام هستند. او در خصوص دلایل نوسان دلار و خروج از کانال تعادلی هم گفت: یکی از دلایل کاهش ارزش پول ملی، افزایش ریسک سیاسی است؛ اتفاقاتی که اخیراً در پی اصلاح نرخ بنزین در کشور شاهد بودیم، به نوعی ریسک سیاسی و اجتماعی را در کشور افزایش داد و از این رو تقاضای سفته‌بازانه در بازار ارز شکل گرفت و قیمت ارز را در بازار آزاد با رشد مواجه کرد.

عسگری در خصوص مهمترین دلایل افزایش حجم معاملات گفت: اصلاح قیمت‌ها و شاخص‌های بورس ضرورتی است که تمامی فعالان بازار سرمایه بر آن توافق دارند. طبیعتاً در زمان اصلاح قیمت‌ها در بازار، حجم معاملات کاهش می‌یابد؛ زیرا دارندگان منابع نقدی منتظر اتمام اصلاح و دارندگان سهام منتظر رشد قیمت‌ها برای فروش هستند، بنابراین می‌شود انتظار داشت با تداوم افزایش ارزش معاملات، اصلاح این مقطع از بازار به پایان رسیده است و بازار می‌تواند رشد مناسبی در هفته‌های آتی داشته باشد.

او همچنین در پاسخ به این سوال که تحریک انتظارات تورمی به دنبال صعود اخیر دلار، چه اثراتی بر تقاضا در بازارها به ویژه بازار سهام خواهد گذاشت، گفت: همانطور که اشاره شد چون انتظار رشد قیمت ارز در وضعیت فعلی وجود ندارد بنابراین تحلیلگران ترجیح می‌دهند در برآوردهای خود قیمت‌های فعلی را مدنظر

شاخص بورس در جریان معاملات دومین روز هفته ۴ هزار و ۹۴۲ واحد دیگر رشد کرد و به ارتفاع ۳۳۲ هزار واحد صعود کرد. شاخص بورس تهران در حالی دیروز به ارتفاع ۳۳۲ هزار و ۵۶۷ واحد رسید که می‌توان گفت رکورد خود در نیمه مهرماه امسال که ۳۲۷ هزار و ۳۰۵ واحد بود را شکست. در این روز همچنین هیچ یک از شرکت‌ها چه در بورس و چه فرابورس منفی نبودند و همه شاخص‌های بورس در پایان دادوستدها با افزایش مواجه شدند.

به گزارش ایسنا، معاملات روز یکشنبه در بورس اوراق بهادار تهران در حالی به پایان رسید که شاخص کل بازار با رشد ۴۹۴۲ واحدی نسبت به روز نخست هفته به ۳۳۲ هزار و ۵۶۷ رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با رشد ۱۷۳۷ واحدی رقم ۱۰۲ هزار و ۷۹۹ واحد را تجربه کرد. همچنین ارزش بازار به بیش از یک میلیون و ۲۱۳ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به روز شنبه که بیش از یک میلیون و ۱۹۵ هزار میلیارد تومان بود، افزایش را نشان می‌دهد.

بر این اساس، بازار سرمایه در حالی چنین ترازوی را تجربه کرده است که در روز ۱۳ مهرماه نیز شاخص کل این بازار ۲۲۷ هزار و ۳۰۵ واحد بود و در شرایطی که این میزان بالاترین رکورد بورس تهران بود، روز گذشته این رکورد شکسته شد.

بانک‌ها جزو نمادهای پربیننده بازار سرمایه

معامله‌گران بورس در دومین روز هفته ۵۴۴ معامله به ارزش ۳۳۰۹ میلیارد تومان انجام دادند که این تعداد معامله و ارزش آن نسبت به معاملاتی که در روز شنبه انجام شده، افزایش یافته است. در این روز نیز همچون روز شنبه هیچ کدام از شرکت‌ها تأثیر منفی در بازار نداشتند و بانک ملت، فولاد مبارک اصفهان، معدنی و صنعتی گل‌گهر، ملی صنایع مس ایران، معدنی و صنعتی چادرملو، س. نفت و گاز و پتروشیمی تأمین و فولاد خراسان شاخص بورس را بالا بردند. در این میان، بانک‌های ملت، تجارت و اقتصاد نوین، داروسازی زهرای، سایپا، فولاد مبارک اصفهان و گروه مینا جزو نمادهای پربیننده بازار سرمایه در روز یکشنبه بودند.

فرابورس نیز همانند بورس رشد خود را نسبت به روزهای گذشته حفظ کرد و با ۵۳ واحد رشد در رقم ۴۲۸۲ ایستاد. معامله‌گران در فرابورس ۲۷۷ معامله به ارزش ۵۵۲۹ میلیارد تومان انجام دادند.

در بازار فرابورس نیز مانند بازار بورس هیچ‌کدام از نمادها تأثیر منفی نداشتند و هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه، توسعه مولد نیروگاهی جهرم، پتروشیمی زاگرس، پالایش نفت شیراز، پتروشیمی مارون، شرکت آهن و فولاد ارفع و سهامی ذوب آهن اصفهان بیشترین تأثیر مثبت را روی بازار فرابورس داشتند. در مقابل نیز قاسم ایران (قاسم)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، قند شیروان قوچان

نوبت دوم

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای

شماره ۱-۲۶/خ/۹۸ (شماره فراخوان در سامانه ستاد: ۲۰۹۸۰۰۷۰۰۸۰۰۰۱۵۰)

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه
(سهامی خاص)

شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه در نظر دارد از طریق مناقصه عمومی نسبت به خرید اقلام با مشخصات عنوان شده در زیر اقدام نماید.

لذا از کلیه شرکتهای تولید کننده و فروشندگان در این زمینه دعوت بعمل می آید.

موضوع مناقصه: خرید، نصب و راه اندازی تعداد دو دستگاه الکترولیز نمک طعام جهت امورات صحنه و سنقر با دبی ۱۵۰ و ۱۶۰ لیتر در ثانیه.

محل تامین اعتبار: جاری (سرمایه ای)

مهلت دریافت اسناد: از تاریخ چاپ نوبت دوم حداکثر ۱۰ روز می باشد.

محل دریافت و تحویل اسناد: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) WWW.SETADIRAN.IR

میزان سپرده در مناقصه: ۲۴۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (دویست و چهل میلیون ریال)

برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن: ۰۸۳۳۸۲۳۳۰۳۶ امور بازرگانی و ۰۸۳۳۸۲۵۴۹۳۰ دفتر قراردادها تماس حاصل نمایید.

ضمناً متقاضیان میتوانند جهت دریافت اسناد مناقصه پس از چاپ نوبت دوم به پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی: http://iets.mporg.ir

مراجعه و همچنین نشانی سایت www.abfaksh.ir ملاحظه نمایند.

اخبار



نقدینگی ذوب آهن مشکلی که تمامی ندارد

رئیس انجمن سنگ آهن گفت دولت باید نقدینگی ذوب آهن را تقویت کند نه اینکه عوارض بر روی سنگ آهن، کنسانتره و مواد معدنی اعمال کند.

مهرداد اکبریان در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با بیان اینکه دولت به جای وضع عوارض بر روی سنگ آهن، کنسانتره و مواد معدنی بهتر است نقدینگی ذوب آهن را تقویت کند، گفت: اگر به واسطه اتخاذ تصمیماتی عوارض را نادیده بگیریم، نه‌تنها بین سنگ آهن‌ها مانند سنگ‌آهن هماتیت و مگنتیت و عیار پاییین و عیار بالا و ناخالصی‌های مختلف تفاوتی قائل نمی‌شویم، بلکه تفاوتی بین سنگ آهن دانه‌بندی و کنسانتره و گندله هم قائل نمی‌شویم.

وی بیان کرد: حتی تفاوتی بین سنگ آهن، کرومیت، منگنز و سنگ تزئینی هم قائل نشویم و عوارض ۲۵درصدی برای آنها اختصاص دهیم، نشان می‌دهد کفایت لازم برای کار کارشناسی در رابطه با این تصمیمات از طریق وزارت صمت اتخاذ نشده است و یک کار علی‌الحساب بوده که انجام شده است.

اکبریان افزود: عوارض در نهایت باید به نفع صنعت و فولاد کشور باشد. منافع بلندمدت و میان‌مدت را نباید فدای منافع کوتاه‌مدت کنیم.

او تشریح کرد: ممکن است روزی چهار واحد فولادی از اینکه در یک ماه گذشته مثلا به فرض سنگ‌آهن و کنسانتره ارزان‌قیمت‌تری نسبت به مثلا شهرویر می‌توانستند بخرند، خوشحال شوند، ولی باور کنید که ضرر و خسارت این سیستم در آینده به چشم همین فولادی‌ها هم خواهد رفت. رئیس انجمن سنگ آهن با تاکید بر اینکه قیمت‌ها باید واقعی شود، گفت: ما نه‌تنها برای عرضه محصول معدنی با واقعی کردن قیمت‌ها موافق هستیم بلکه در تمام حلقه‌های زنجیره از جمله شمش، آهن سنگین و … اعتقاد داریم. تمام آنها محصول نهایی یک واحد و مواد خام واحد بعدی هستند و باید در قیمت‌گذاری دقت زیادی داشته باشیم.

اکبریان بیان کرد: به طوری که باید توجه اقتصادی برای واحد تولیدکننده این محصول کاملا رعایت شود و یک قیمت منصفانه برای واحد بعدی که به عنوان ماده خام دریافت می‌کند، در نظر گرفته شود. اگر این مدیریت را نتوانیم انجام دهیم، در این زنجیره ضعیف خواهیم شد و در نهایت جایی از این حلقه پاره می‌شود و به نتایجی که برنامه‌ریزی کرده‌ایم، نخواهیم رسید.

۱۶۵۰میلیارد تومان برای پرداخت خسارت به کشاورزان اختصاص یافت

هزار و ۶۵۰ میلیارد تومان به منظور پرداخت خسارت کشاورزان، از سوی دولت به صندوق بیمه محصولات کشاورزی پرداخت می‌شود.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، در بخش دوم تبصره ۱۳ ماده واحده لایحه بودجه سال ۹۹ آمده است: در اجرای جزء (۱) بند (ب) ماده (۳۲) و همچنین بند (ث) ماده (۳۳) قانون برنامه ششم توسعه به ترتیب مبلغ ۱۵هزار میلیارد ریال و یک هزار و ۵۰۰میلیارد ریال جهت پرداخت سه‌م دولت به صندوق بیمه محصولات کشاورزی اختصاص می‌یابد.

هدف‌گذاری ۵ میلیارد دلاری

برای مبادلات بین ایران و عمان

۳ برابر شدن حجم بین ایران و عمان

رئیس اتاق ایران گفت حجم مراودات تجاری میان دو کشور در سال گذشته به بیش از یک‌میلیارد دلار رسید و در واقع سه برابر شده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، غلامحسین شافعی، در همایش فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری مشترک ایران و عمان در محل اتاق ایران اظهار کرد: ایران و عمان در توسعه همکاری‌های اقتصادی نقش مکمل هم را می‌توانند ایفا کنند. در دو سال گذشته درخصوص برقراری پروازهای مستقیم بین ایران و عمان، افزایش همکاری‌های متقابل اتاق‌های مشترک، شناسایی و رفع موانع اقتصادی فی مابین و تسهیل روادید پیشرفت‌های خوبی حاصل شده است. در این دو سال شاهد مراودات و سفرهای هیات‌های بلندپایه بین دو کشور بوده‌ایم. او بیان کرد: حجم مراودات تجاری میان دو کشور در سال گذشته به بیش از یک‌میلیارد دلار رسید و در واقع سه برابر شده است. هدف‌گذاری ۵ میلیارد دلاری مراودات و مبادلات تجاری میان دو کشور قابل تحقق است. در حوزه خدمات فنی و مهندسی، بخش‌های خصوصی می‌توانند در اجرای پروژه‌های متعدد و تخصصی از جمله تونل و پل‌سازی و حمل و نقل و اکتشافات و… به صورت مشترک فعالیت و سرمایه‌گذاری کنند.

شافعی ادامه داد: حل مشکلات نقل و انتقالات پولی و ضمانت‌نامه‌های بانکی یکی از مطالبات بخش خصوصی است که امیدوارم سازوکارهای تسهیلی از طرف مسئولان دو کشور به عمل آید. توسعه گردشگری دریایی به خصوص در سواحل مکران و چابهار یکی از بخش‌های همکاری متقابل است. با عنایت به پیشرفت‌های پزشکی ایران، گردشگری سلامت ظرفیت خوبی برای همکاری‌های مشترک است. رئیس اتاق ایران تصریح کرد: همکاری‌های ترانزیتی به خصوص در مناطق بندری از محورهای مشترک است، اتاق‌های مشترک برای سرمایه‌گذاری‌های مشترک در صنایع دارای مزیت نسبی همکاری کنند. اتاق ایران حمایت همه‌جانبه خود را از توسعه روابط ایران و عمان اعلام می‌کند.



مدیرعامل مجتمع سنگ آهن سنگان گفت ۱۷ و نیم میلیون تن ظرف دو سال آینده کنسانتره تولید و ۱۵ میلیون تن گنده خواهیم داشت.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، علی همتی مدیرعامل مجتمع سنگ آهن سنگان، گفت: برای اولین بار موفق شدیم در منطقه سنگان بعد از دو سال تلاش، دو پیمانکار بزرگ را برای استخراج و باطله‌برداری انتخاب کنیم.

او بیان کرد: رقم ریالی این استخراج ۳ هزار میلیارد تومان است که رقم قابل توجهی به شمار می‌رود. ۱۳۰ میلیون تن سنگ آهن برداشت و تولید و بیش از ۲۰۰ تن باطله‌برداری خواهیم داشت.

همتی افزود: مجتمع‌های فولادی داریم که باید کنسانتره و گندله صادر کنیم، ظرف دو سال آینده ۱۷۵ میلیون تن کنسانتره و ۱۵ میلیون تن گندله تولید خواهیم کرد. تا پایان امسال ۱۲ میلیون تن کنسانتره و ۱۰ میلیون تن گندله برداشت خواهیم کرد.

مدیرعامل مجتمع سنگ آهن سنگان بیان کرد: هم‌اکنون در مجتمع سنگان ۷ هزار نفر مشغول به کار هستند، هزار و ۱۰۰ نفر دیگر فقط در مجموعه مشغول به کار خواهند شد و در کارخانه دیگری که به زودی افتتاح خواهد شد هزار نفر اشتغال پیدا خواهند کرد.

او با اشاره به اینکه عمده این اشتغال به شرق کشور مربوط می‌شود، تشریح کرد: علاوه بر اینکه کار خوراک تولیدی مجتمع‌ها را تولید می‌کنیم توسعه‌ای را به همراه خواهد داشت و راه‌های دسترسی توسط



به هیچ عنوان صادرات سنگ آهن نداریم

تولید ۱۷ میلیون تن کنسانتره در کشور



مجتمع فولادی اعم از کنسانتره و گندله را تولید می‌کنیم؛ تا پایان سال ۱۲ میلیون تن کنسانتره و ۱۰ میلیون تن گندله تولید می‌شود که در نهایت به ۱۷.۵ میلیون تن خواهد رسید.

او بیان کرد: بخشی از تولیدات در سنگ آهن که موردنیاز نیست را تبدیل به سنگ آهن دانه‌بندی می‌کنیم و به مجتمع‌های فولادی بزرگ مثل ذوب آهن اصفهان (یک میلیون تن) تحویل می‌دهیم و امیدواریم اگر دولت اجازه دهد به مجتمع‌های فولادی در سطح کشور تزریق کنیم.

همتی تشریح کرد: برای برداشت سنگ آهن و حمل آن عمده تجهیزات خارجی است و در داخل کشور ساخته نمی‌شود، اما شرکت‌هایی در کشور یک سری قطعات این تجهیزات را می‌سازند. ۶۰درصد تجهیزات خارجی و ۴۰درصد دیگر در داخل تامین می‌شود.

مدیرعامل مجتمع سنگ آهن سنگان گفت: با توجه به اینکه در کشور مشکل آب داریم، اما مجموعه‌های فولادی در دو بخش این مشکل را حل می‌کنند. ما در تولید آهن اسفنجی به آب زیادی نیاز داریم، اما در تولید کنسانتره نیاز به آب زیادی نداریم که با مشارکت سرمایه‌گذاران قصد داریم آب دریای عمان را به شهر سیستان بیاوریم و این مشکل را حل کنیم، اما کار مقداری سنگین است.

او گفت: بنا داشتیم امسال ۱۳.۵ میلیون تن تولید داشته باشیم، اما به دلیل نداشتن پیمانکار ۱۰ میلیون تن تولید شد و امیدواریم اکنون با انتخاب این دو پیمانکار این کمبود جبران شود.

کشاورزان نگران تأمین سموم موردنیاز نباشند

سموم پرخطر حذف شد

و عوامل بین‌المللی انجام شود چراکه حمایت از تولید داخل از جمله اهداف هفتمین نمایشگاه نهاده‌های کشاورزی به شمار می‌رود.

او با بیان اینکه حذف ۱۲ سم از واردات از دیگر اقدامات سازمان حفظ نباتات به شمار می‌رود، بیان کرد: تأکید ما بر شرکت‌های تولیدکننده داخل این است که باید تدارک سموم در داخل را داشته باشند که به همین منظور در شرایط فعلی بیش از دو برابر نیاز داخل تدارک دیده‌ایم.

سرافرازی ادامه داد: برای بهبود استفاده از سموم شیمیایی دو کارگاه آموزشی را در هفتمین نمایشگاه تخصصی هماهنگ کردیم تا دوره آن را برای بخش تولید سموم برقرار کنند و سازمان حفظ نباتات این آمادگی را دارد به هر مقداری که نیاز باشد استفاده بپهین از سموم و ماشین‌آلات سم‌پاشی را آموزش دهند.

معاون فنی سازمان حفظ نباتات کشور با بیان اینکه ارزیابی کیفی تولیدات

تأثیر نرخ کرایه بر اقلام موجود در بازار ناچیز است

آماده‌باش کشور برای برخورد با متخلفان

قبادی با اشاره به اینکه تغییر قیمت کرایه حمل بر قیمت کالا تأثیر ناچیزی دارد، تصریح کرد: جابه‌جایی بین انبار و خود میدان بارها توسط ماشین‌های سنگینتی با مصرف سوخت گازوئیل انجام می‌شود که با توجه به ثابت نرخ گازوئیل تغییری در هزینه حمل و نقل با این وسایل نقلیه اجرا نخواهد شد، اما تغییر نرخ بنزین ممکن است بر هزینه حمل با وانت‌بارها موثر باشد. توجه داشته باشید که بار حمل‌شده توسط وانت‌بارها به خصوص در حوزه میوه و تره‌بار حدود ۵۰۰ کیلو تا یک تن وزن خواهد داشت و با تقسیم کردن میزان افزایش نرخ کرایه بر حجم بار مشخص خواهد شد که تأثیر آن بسیار ناچیز خواهد است. او با اشاره به کاهش تأثیر تغییرات نرخ کرایه بر قیمت تمام‌شده محصولات با افزایش ۱۰۰ لیتری سهمیه وانت‌بارها، گفت: توجه داشته باشید که تأثیر نرخ کرایه را نمی‌توان به تمامی کالا نسبت داد بلکه کالاهایی مثل میوه، مرکبات و سایر اقلامی که نیاز به توزیع روزانه در سطح فروش دارند، تحت تأثیر تغییرات

داخل برای رفع دغدغه کشاورزان از دیگر اهداف ما به شمار می‌رود، گفت: سنجش رضایتمندی کشاورزان و ارزیابی کیفی در این زمینه باید انجام شود که این اقدام با همکاری آزمایش‌های فنی صورت می‌گیرد.

او با اشاره به اینکه کشاورزان دغدغه‌ای از حیث سموم موردنیاز را نداشته باشند، بیان کرد: با وجود تمامی محدودیت‌ها شرکت‌های تولیدکننده سموم ۵۴ و ۵۵ هزار تن سم وارد یا تولید کردند که این میزان دو برابر نیاز کشور است.

معاون فنی سازمان حفظ نباتات کشور ادامه داد: هم‌اکنون سامانه جامع مانیتورینگ در کشور فعال است که بدین ترتیب تمامی سموم‌های وارداتی تا مصرف تحت نظارت قرار می‌گیرند و به محض دریافت گزارش مبنی بر تقلبی‌بودن از طریق ستادهایی که در استان‌ها داریم پیگیری موضوع انجام می‌شود و اجازه گسترش نمی‌دهیم.

نرخ کرایه حمل و نقل قرار خواهند گرفت و در مورد سایر کالاها افزایش قیمتی گزارش نشده است.
معاون بازرگانی داخلی وزارت صمت شرایط بازار را عادی دانست و گفت: مدعی هستیم که شرایط حاکم بر بازار شرایطی مشابه با روزهای قبل از اعلام تغییر قیمت بنزین است؛ حساسیت‌ها افزایش پیدا کرده و تغییرات جزئی در قیمت اقلام مختلف بیش از گذشته به چشم می‌آید.
قبادی تأکید کرد: حساسیت‌ها بین بازرسان اتحادیه‌ها و مدیران اتحادیه‌ها و اصناف هم افزایش پیدا کرده است و اگر اختلالی وجود داشته باشد، به سرعت نمود پیدا می‌کند؛ مردم می‌توانند در صورت مشاهده گران‌فروشی یا تغییر در قیمت و کیفیت محصولات این تخلفات را به سامانه ۱۲۴، بازرسین اتحادیه‌ها، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان صمت استان‌ها اعلام کند تا به سرعت پیگیری شود.



حمل‌ونقل در صدر تخلفات

بعد از اصلاح نرخ بنزین

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت (صمت) استان تهران از افزایش دو تا سه درصدی تخلفات بعد از اصلاح نرخ بنزین در سطح بازار خبر داد و گفت که بیشترین تخلفات کشف‌شده در بخش حمل و نقل بوده است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، پدالله صادقی اظهار کرد: از روز ۲۷ آبان ماه تا چهاردهم آذر در استان تهران مجموعاً ۳۲ هزار و ۶۷۸ مورد بازرسی بر کالاهای اولویت‌دار انجام شده است.

وی همچنین از تشکیل ۴هزار و ۶۹۹ پرونده تخلف به ارزش ۹۰ میلیارد و ۹۰۹ میلیون ریال خبر داد. به گفته این مقام مسئول، در این مدت ۶۶۶ گشت مشترک با سازمان تعزیرات حکومتی، دانشگاه علوم پزشکی، بازرسی سازمان ملی استاندارد و اداره آگاهی برای مبارزه با گران‌فروشی، احتکار، کم‌فروشی و عرضه کالای قاچاق، غیراستاندارد و غیربهداشتی انجام شده است. صادقی با بیان اینکه به دلیل تشدید بازرسی‌ها و افزایش نرخ بنزین، تخلفات حدود دو تا سه درصد نسبت به قبل از گران شدن بنزین افزایش داشته، بیشترین تخلفات را در بخش حمل و نقل عنوان کرد.

به گزارش ایسنا، از ۲۴ آبان ماه قیمت هر لیتر بنزین سهمیه‌ای ۱۵۰۰ تومان و نرخ هر لیتر بنزین آزاد ۳۰۰۰ تومان تعیین شد و در پی آن وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت)، اتاق‌های اصناف و سایر بخش‌های مسئول از تشدید نظارت بر بازار خبر دادند.

علت فسادزا بودن پیش‌فروش خودروهای داخلی

محمدرضا منصوری، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت پیش‌فروش خودرو می‌تواند مانند پیش‌فروش سکه و ارز باعث فساد شود. این موضوع مطرح است که عده‌ای با این طرح‌ها می‌خواهند مردم را ناراضی نگه داشته و باعث بی‌اعتمادی شوند.

وی در پاسخ به این سؤال که آیا پیش‌فروش خودرو به درستی انجام می‌شود، گفت: آن چیزی که مشخص است به همه خودرو نخواهد رسید. اگر این پیش‌فروش به درستی صورت گیرد باید خودرو با قیمت ارزان‌تر از بازار به مشتریان تحویل داده شود و اگر زمان تحویل قیمت روز محاسبه شود ممکن است تا زمان تحویل قیمت افزایش یابد و طرح پیش‌فروش بی‌معنا است. این عضو کمیسیون صنایع و معادن در پایان بیان داشت: پیش‌فروش خودرو ممکن است همانند پیش‌فروش سکه و ارز باعث رانت و فساد شود. بازار پیش‌فروش خودرو نسبت به بازار سکه و ارز به خاطر محدودبودن آسیب کمتری می‌زند، اما باید در نظر گرفت که این محصول به دست چه کسانی می‌رسد و حق کسی پایمال نشود.

یکه تازی پلاگین هیبریدی‌ها در قاره سبز

براساس گزارش‌ها، فروش خودروهای پلاگین هیبریدی در کشورهای اروپایی در اکتبر ۲۰۱۹، به ۴۸ هزار و ۲۱۹ دستگاه رسید و با ثبت رشد ۴۶درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته مواجه شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، این در حالی است که در برخی دیگر از بازارهای خودرویی مهم جهان نظیر چین و ایالات متحده، میزان فروش خودروهای پلاگین‌هیبریدی با کاهش روبه‌رو شده است. میزان فروش این خودروها در ۱۰ ماه نخست سال ۲۰۱۹ به ۴۲۹ هزار و ۲۵۰ دستگاه رسیده و سهم آن را در بازار به ۳/۲درصد رسانده است، این در حالی است که سهم خودروهای تمام‌برقی ۴درصد گزارش شده است. به نظر می‌رسد شهروندان اروپایی بسیار بیشتر از سایر مناطق جهان سعی در حفاظت از محیط‌زیست، کاهش آلودگی هوا و گرمایش زمین دارند. از این رو به وضوح استفاده از وسایل نقلیه‌پاک(خودروهای برقی، هیبریدی و پلاگین‌هیبریدی) در میان ساکنان قاره سبز رشد قابل‌توجهی یافته است.

خصوصی‌سازی خودروسازی، بازی جدید انحصارگرایان

درحال حاضر که بستر قانونی لازم برای ایجاد بازار رقابتی و جلوگیری از انحصار در بازار خودرو و قطعات خودرو وجود ندارد و حتی در طرح ساماندهی صنعت خودرو هم گنجانده نشده است، واگذاری خودروسازان بزرگ در شرایط فعلی، آسیب‌های قبلی را دوچندان می‌کند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، طرح ساماندهی صنعت خودرو، مسئله اصلی در مشکلات خودروسازی را دولتی بودن آن می‌داند و ازاین‌رو پیشنهاد واگذاری آن به بخش خصوصی را مطرح کرده است، اما مسئله اصلی در صنعت خودرو، فضای غیررقابتی است که در صورت واگذاری بدون ایجاد رقابت، آسیب‌های قبلی تشدید خواهد شد. صنعت خودروسازی کشور بعد از صنعت نفت، بزرگ‌ترین صنعت کشور محسوب می‌شود که حدود ۵٫۲درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) و ۲۱درصد از سهم ارزش افزوده صنعت کشور را به خود اختصاص داده است. این صنعت پراهمیت که جزو صنایع پیشران کشور به حساب می‌آید، سال گذشته با یک تلاطم اقتصادی روبه‌رو شد که بازار خودرو را تحت تأثیر مستقیم خود قرار داد. با توجه به اینکه خودروسازی در سال‌های پیش از این نیز در زمینه توسعه کمی و کیفی ضعیف عمل کرده و انتظارات را برآورد نکرده بود، کارشناسان و مسئولین مربوطه، زمینه را فراهم دیده تا انتقادات و پیشنهادات خود را مطرح کنند. یکی از مشکلاتی که اکثر کارشناسان روی آن اتفاق نظر دارند، انحصار ایجادشده توسط دولت در خودروسازی‌ها است اما راهکارهای پیشنهادی برای حل این معضل بسیار متنوع است. پیشنهادات اصلاح وضعیت فعلی در دو دسته کلی تقسیم می‌شود: برخی کارشناسان که ریشه این مشکل را در دولتی‌بودن آن مطرح می‌کنند، راهکار اصلاح وضعیت فعلی را واگذاری این صنعت به بخش خصوصی می‌دانند، اما دسته دیگر کارشناسان، غیررقابتی یا انحصاری بودن این صنعت را مسئله اصلی می‌دانند و به‌تناسب، ایجاد بازار رقابتی را اولویت اول حل این مشکل مطرح می‌کنند. مجلس شورای اسلامی با توجه به شرایط نامتعادل موجود، اقدام به تصویب طرحی تحت عنوان «ساماندهی صنعت خودرو» می‌کند که درحال حاضر در دست بررسی مجدد در کمیسیون صنایع و معادن است. ماده ۱۲ این طرح، دولت را مکلف به واگذاری صنایع خودروسازی به بخش خصوصی کرده است که در واقع در پارل دسته اول قرار گرفته و حل مشکل خودروسازی‌ها را دولتی‌بودن آن می‌داند.

در این مسئله از یک نکته بسیار مهم غفلت شده است و آن‌هم غیررقابتی بودن خودروسازی‌های بزرگ است که اگر در این شرایط، بدون ایجاد یک ضابطه و نظام رقابتی مشخص، واگذاری صورت گیرد، ممکن است محرک نابسامانی‌های اخیر صنعت خودرو شود. به‌طوری‌که تجربه خصوصی‌سازی در سال‌های گذشته در شرکت‌هایی مانند هیپکو، ماشین‌سازی و … مؤید همین مسئله‌است.

شدند. به این ترتیب نظارت و بازرسی از کارگاه‌هایی که به دوگانه‌سوز کردن خودروها می‌پردازند به وزارت کشور و وزارت بازرگانی واگذار شد. حالا نیز به نظر می‌رسد پیش از هیاهو برای دوگانه‌سوز کردن بهتر است که ابهامات ایمنی تبدیل کارگاهی و حتی تأمین تجهیزات نیز به‌طور شفاف برای مشتریان تشریح شود.

تفاوت‌ها در روند جایگزینی سوخت

همان‌طور که عنوان شد وزارت صمت ساز و کاری را در دوگانه‌سوز کردن کارگاهی خودروها طراحی کرده است که متفاوت از مسیری است که در دور اول طی شده است. در دور جدید وزارت صمت این وظیفه را به عهده اتحادیه سوخت‌های جایگزین قرار داده است. آنطور که گفته شده، این اتحادیه به کارگاه‌هایی که برای این منظور از این اتحادیه مجوز گرفته‌اند، نظارت خواهد کرد. در حالی که پیش‌تر شرکت‌های خودروساز در این زمینه فعال بوده‌اند، حال این سؤال مطرح است که تغییر مرجع چه تبعاتی دارد؟ در این زمینه محمد تجلی‌بخش رئیس اداره انطباق قوای محرکه ایران خودرو در گفت‌وگو با شبکه اینترنتی اکو ایران می‌گوید شرکت‌های خودروساز که پیش‌تر متولی این امر بودند، ملزم به رعایت استانداردهای اروپایی در گازسوز کردن محصولات بنزین‌سوز هستند که این استانداردها، هم در بخش تأمین تجهیزات و هم در فرآیند دوگانه‌سوز کردن خودروها به‌عنوان استاندارد مورد قبول سازمان ملی استاندارد تعیین شده است. وی ادامه می‌دهد که اگر کارگاه‌ها نیز این استانداردها را رعایت کنند، نگرانی در این زمینه وجود ندارد.

دستاوردسازی کمیسیون صنایع مجلس به قیمت نابودی صنعت خودرو

روبه‌رو شد که نکات بسیاری را در خود پنهان دارد. طرح مذکور تابه‌حال دو مرتبه توسط شورای نگهبان به دلیل ایرادات قانونی و مخالف با شرع رد شده و مجمع تشخیص مصلحت نظام هم برخی مواد این طرح را مغایر با سیاست‌های کلی نظام اعلام کرده است. علاوه بر ایرادات قانونی، این طرح در سیاست‌گذاری صنعت خودرو نیز بسیار پراشتباه ظاهر شده، به‌طوری‌که بسیاری از اساتید دانشگاه، کارشناسان و پژوهشگران و حتی دولت و برخی نمایندگان مجلس، این طرح را شایسته تصویب نمی‌دانند. بررسی‌های کارشناسی نشان می‌دهد این طرح از منظر سیاست‌گذاری نه‌تنه در مسائل مهم خودروسازی ازجمله خصوصی‌سازی، واردات، قیمت‌گذاری، اسقاط ناوگان فرسوده و … بسیارضعیف است بلکه در زمینه‌هایی مانند حمایت از تولید داخل، ارتباط با مراکز دانشگاهی، اقتصاد دانش‌بنیان و … حرفی برای گفتن ندارد. این طرح که قرار بود در فضای ناآرام و بی‌ثبات بازار و صنعت خودرو اثرات مطلوبی را رقم بزند، با وجود ایرادات اساسی موجود در آن هیچ اثر مثبتی در صنعت خودرو نخواهد داشت و ناکارآمدی‌های بسیاری را در مدیریت موثر حوزه خودروسازی در سال‌های پیش‌رو به‌همراه خواهد داشت که در زیر بدان آن اشاره خواهد شد.

موج جدید تقاضا برای دوگانه‌سوز کردن خودروهای بنزین‌سوز در شرایطی با افزایش قیمت این فرآورده نفتی شکل گرفته که ایمنی و استاندارد قطعات و تجهیزات کارگاهی، به دغدغه جدی تبدیل شده است. به گزارش پدال نیوز، موج جدید تقاضا برای دوگانه‌سوز کردن خودروهای بنزین‌سوز در شرایطی با افزایش قیمت این فرآورده نفتی شکل گرفته که ایمنی و استاندارد قطعات و تجهیزات کارگاهی، به دغدغه جدی تبدیل شده است. در این بین هرچند مسئولان نفتی کشور با نگاه زیست‌محیطی و صرفه‌جویی در مصرف بنزین به مشوق اصلی دوگانه‌سوز کردن محصولات بنزین‌سوز تبدیل شده‌اند، اما در گوشه و کنار اظهاراتی از کارشناسان سازمان ملی استاندارد یا خودروسازان در مورد ایمن نبودن برخی از قطعات و تجهیزات کارگاه‌هایی که هم‌اکنون وظیفه اصلی دوگانه‌سوز کردن را به عهده دارند، شنیده می‌شود.

چندی پیش یکی از کارشناسان سازمان ملی استاندارد گفته بود که استانداردها تجهیزات کارگاه‌های دوگانه‌سوز هنوز تدوین نشده، این در شرایطی است که خودروسازان نیز در باب خدمات، نصب تجهیزات و ایمنی قطعات هشدارهایی داده بودند. در هر صورت آنچه مشخص است ظاهراً این روزها دغدغه‌ها حول قیمت تجهیزات و عدم پاسخگویی کارگاه‌ها به نیاز مشتریان می‌چرخد حال آنکه ایمنی دوگانه‌سوزها به حاشیه برده شده است. در کنار این موارد مسئولان نفتی کشور که سال‌هاست مالکان خودرو را به دوگانه‌سوز کردن تشویق می‌کنند، در سکوت وزارت صمت، راهنمایی تبدیل سوخت محصولات بنزین‌سوز شده‌اند. حال سوال

کمیسیون صنایع مجلس که اصلاح طرح ساماندهی خودرو را به هیأت تحقیق و تفحص سپرده بود، در اقدامی عجیب، خارج از دستور و بدون حضور رئیس تحقیق و تفحص، طرح مذکور را مجدداً با ایرادات اساسی تصویب کرد. به گزارش خبرنگار مهر، کمیسیون صنایع و معادن مجلس که اصلاح طرح ساماندهی خودرو را به هیأت تحقیق و تفحص خودرو سپرده بود، در اقدامی عجیب، خارج از دستور کمیسیون و بدون حضور رئیس تحقیق و تفحص خودرو، طرح مذکور را مجدداً با ایرادات اساسی تصویب کرد. کمیسیون صنایع که در کارنامه چهارساله خود هیچ خروجی مشخصی نداشته، با این کار صرفاً به دنبال تصویب سریع‌تر یک دستاورد است که البته نه‌تنها نتایج مثبتی ندارد بلکه آسیب‌های گذشته این صنعت را تشدید می‌کند.

صنعت خودرو به‌عنوان دومین صنعت بزرگ کشور با وجود گذشت بیش از نیم قرن از شروع فعالیت در ایران، همواره با مشکلات زیادی در زمینه توسعه کمی و کیفی تولید روبه‌رو بوده است که این مشکلات در سال گذشته شدت گرفت. این صنعت که سالی سخت و پرتنش را گذراند، ناگهان با طرحی تحت عنوان «ساماندهی صنعت خودرو» به پیشنهاد مجلس شورای اسلامی



اعتماد دانشگاه و صنعت، نخستین گام در ایجاد مرکز تحقیقات کیف، کفش و چرم

معاون پژوهش و فناوری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز گفت با مجموعه اقداماتی که برای راهاندازی مرکز تحقیقات کیف، کفش و چرم انجام دادیم، توانستیم اعتماد را بین دانشگاه و صنعت ایجاد کنیم. به گزارش ایسنا، حسن رسولی‌سقای با اشاره به صدور مجوز راهاندازی مرکز تحقیقاتی کیف، کفش و چرم دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، اظهار کرد: ایجاد مراکز تحقیقاتی دارای روندی است، زمانی که مأموریت کیف، چرم و کفش را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز محول کردند، چند فعالیت به طور موازی پیش رفت که یکی از آنها نظام‌مند کردن موضوعات بود. وی افزود: در این راستا با صنعتگران کفش نشست‌هایی برگزار، آسیب‌ها و چالش‌های این صنعت را شناسایی کردیم و بعد از شناسایی بی بردیم که پایان‌نامه‌ها باید برای حل این مشکلات هدایت شوند.



دریچه

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری:

استارت‌آپ‌های حوزه اجتماعی مشارکت‌های مردمی را گسترش می‌دهد

راه‌اندازی استارت‌آپ می‌تواند به موفقیت دست یابند. همچنین در حال حاضر در تمام استان‌ها پارک‌های علم و فناوری وجود دارد که می‌توانند خدمات مناسبی رو به مددجویان کمیته امداد ارائه دهد. ستاری با بیان اینکه زیست‌بوم کارآفرینی و فناوری در کشور شکل گرفته است و سال گذشته شرکت‌های دانش‌بنیان ۹۰ هزار میلیارد فروش و درآمدزایی برای کشور داشتند بیان کرد: باید فرهنگ کارآفرینی در کمیته امداد شکل بگیرد و با شریک شدن در سهام شرکت‌های دانش‌بنیان این نهاد برای خود درآمدزایی داشته باشد. زیرا با پول دولت سقف آرژوها محدود است.

نیازمند حرکتی بر مبنای فناوری‌های روز هستیم

همچنین در ادامه این نشست سید مرتضی بختیاری رئیس کمیته امداد امام خمینی (ره) بیان کرد: کمیته امداد امام خمینی (ره) مانند سایر نهادها با توجه به شرایط کشور نیازمند حرکتی بر مبنای فناوری‌های روز و جدید است. پس در این زمینه اقداماتی از مدیریت‌های پیشین انجام شده است و در حال حاضر قصد سرعت دادن به آنها را داریم.

بختیاری ادامه داد: همچنین در حوزه اشتغال و توانمندسازی با توجه به تأکیدات مقام معظم رهبری در نظر داریم با برنامه‌های جامع علاوه بر توانمندسازی، ایجاد درآمد باثبات را برای مددجویان داشته باشیم، اما برای تحول در این حوزه نیاز به همکاری بیشتر با

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در نشست مشترک با رئیس کمیته امداد امام خمینی (ره) راه‌اندازی استارت‌آپ‌های حوزه اجتماعی را راهی برای توسعه مشارکت مردمی در امور خیریه دانست. نشست میان سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و سید مرتضی بختیاری، رئیس کمیته امداد امام خمینی (ره) صبح روز گذشته در ساختمان مرکزی کمیته امداد امام خمینی (ره) برگزار شد و دو طرف درباره همکاری‌های بیشتر در حوزه توسعه فناوری‌های نوین بحث و تعامل کردند.



سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این نشست بر گسترش فرهنگ کارآفرینی در کمیته امداد تأکید کرد و گفت: کارآفرینان بزرگ دنیا همه با سختی فعالیت خود را آغاز کردند و برای پیاده‌سازی کسب و کار خود از شکست نهراسیدند. در غیر این صورت با پول دولت و دیگران نمی‌توان به موفقیت رسید. پس در این میان شناسایی افراد دارای ایده و با اعتماد به نفس اقدام مهمی است که مراکز نوآوری و سرمایه‌گذاران خطرپذیر آن را تسهیل می‌کنند.

ستاری ادامه داد: مددجویان کمیته امداد امام خمینی (ره) نیز افرادی سختی کشیده‌اند که می‌توانند برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌های حوزه نوآوری اجتماعی اقدام کنند. این استارت‌آپ‌ها می‌توانند در زمینه توسعه مشارکت‌های مردمی اثرگذاری بالایی داشته باشند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین افزود: حوزه نوآوری اجتماعی عموماً کسب و کارهایی را شامل می‌شود که مردم را درگیر امور خیریه می‌کند و با ایجاد اعتماد میان مردم این امر را رونق می‌دهند. زیرا نوآوری باعث می‌شود این سرویس‌ها هر لحظه در دسترس باشد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان از حمایت معاونت علمی و فناوری با تمام توان از مددجویان این مرکز خبر داد و گفت: معاونت علمی برای شناسایی این افراد با مشکل مواجه است تا این حمایت‌ها را توسعه دهیم. قطعاً مددجویان این مرکز افراد مستعدی هستند که با

برگزاری دوره‌های آموزش جامع و تخصصی اینترنت اشیا

دوره‌های آموزش جامع و تخصصی اینترنت اشیا با هدف افزایش دانش فناوری‌های دیجیتال ۲۷ تا ۲۹ آذرماه امسال برگزار می‌شود.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، شاید این روزها واژه اینترنت اشیا زیاد به گوش تان خورده باشد اما معنا و یا کاربرد آن را ندانید. در کل، مفهوم اینترنت اشیا اتصال دستگاه‌های مختلف به یکدیگر از طریق اینترنت است. در واقع، اینترنت اشیا شما را قادر می‌سازد تا اشیای مورد استفاده خود را از راه دور و به کمک

زیرساخت‌های اینترنتی مدیریت و کنترل کنید. در همین راستا ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، صندوق نوآوری و شکوفایی و مرکز تحقیقات اینترنت اشیا، دوره‌های آموزش جامع و تخصصی اینترنت اشیا در آذرماه سال جاری در تهران برگزار می‌کنند. پنجمین دوره آموزش جامع اینترنت اشیا و دومین دوره تخصصی امنیت اینترنت اشیا با هدف افزایش ظرفیت‌های دانشی و آموزشی کشور در بخش فناوری‌های نوین دیجیتالی، برگزار می‌شود. در این دوره



اینترنت اشیا، مهندسان و متخصصان کشور برای حضور در اکوسیستم هوشمندسازی و اینترنت اشیا، برگزار خواهد شد. در دوره آموزشی اینترنت اشیا، «مفاهیم، اقتصاد و مدل‌های تجاری اینترنت اشیا»، «سخت‌افزار، ارتباطات و مخبرات اینترنت اشیا»، «پلتفرم‌های اینترنت اشیا و هوش مصنوعی» و «امنیت و حریم خصوصی اینترنت اشیا» ارائه می‌شود. همچنین، در دوره تخصصی طراحی و ارزیابی پروتکل‌های امنیتی و حریم خصوصی اینترنت اشیا هم مباحثی مانند «اهمیت امنیت اینترنت اشیا با تکیه بر الزامات امنیتی براساس چارچوب چهار لایه‌ای پیشنهادی مبنی بر لایه سخت‌افزار»، «لایه شبکه»، «لایه هوش مصنوعی» و «لایه برنامه کاربردی» ارائه می‌شود.

در این دوره، علاوه بر بحث در خصوص تهدیدات و آسیب‌پذیری‌های متداول در معماری اینترنت اشیا، روش‌های طراحی و ارزیابی پروتکل‌های امنیتی مورد استفاده در لایه‌های مختلف نیز مطابق با معماری امن چهار لایه، تدریس خواهد شد.

مسئولان باید دانشگاه را باور و در آن سرمایه‌گذاری کنند

وی دانشگاه را بستر توسعه دانست و یادآوری کرد: دانشگاه همیشه در رویدادهای فرهنگی و اجتماعی پیشرو بوده و ۶۵ سال پیش دانشجویان برای آزادی کشور و استقلال آن قیام کردند. مجیدی، با بیان اینکه نخبگان ما

در آمریکا، اروپا، استرالیا، ژاپن و چین فعالیت می‌کنند و زحمات دانشگاه‌ها در تربیت نخبگان از بین می‌رود، افزود: برای توسعه کشور کاری جز توجه و حمایت از نخبگان داخلی نداریم و مسئولان باید نگاه توسعه به داخل داشته باشند. دبیر شورای اسلامی تبریز نیز در این جلسه گفت: یکی از ارکان اساسی توسعه کشورها، دانشگاه‌هاست و دانشجویان نخبه می‌توانند منشأ آثاری مفید در جامعه باشند.

سعید نیکوخلعت، افزود: در این شهر دانشجویان نخبه‌ای وجود دارند که دارای توان علمی و تخصصی بالایی هستند و می‌توانند برای شهر و کشورمان منشأ اثرات مفید باشند. وی با بیان اینکه دانشجویان نخبه‌تربیز دارای توانمندی‌های زیادی هستند، اظهار داشت: در کشور ما سیستم یکپارچه و هماهنگی وجود ندارد و از این بابت آسیب‌های زیادی را در ابعاد مختلف متحمل شده‌ایم.

رئیس دانشگاه تبریز با بیان اینکه مسیر توسعه جامعه از دانشگاه می‌گذرد، گفت مسئولان باید دانشگاه را باور کرده و در آن سرمایه‌گذاری کنند.

به گزارش ایرنا، میرزا مجیدی، روز یکشنبه به مناسبت روز دانشجو در

صحن علنی شورای اسلامی تبریز افزود: در زمان کنونی دانشگاه سوم فناوری است و در کنار آموزش و پژوهش به حوزه کارآفرینی توجه می‌شود و نسل چهارم دانشگاه‌ها، بین‌المللی است. وی با بیان اینکه باید دیوار بین دانشگاه و جامعه برداشته شود، اظهار داشت: دانشگاهی در ادامه مسیر خود دوام خواهد آورد که بین‌المللی باشد و با جامعه تعامل کند.

رئیس دانشگاه تبریز با بیان اینکه تا زمانی که کشور به نفت وابسته باشد مشکلات اقتصادی وجود خواهد داشت، گفت: پیشرفتی که ترکیه به آن دست یافته در سایه نبود نفت است.

مجیدی، با اشاره به اینکه آنها به این نتیجه رسیده‌اند که مسیر توسعه از دانشگاه می‌گذرد اما ما دانشگاه را باور نکرده‌ایم، ادامه داد: اگر بخواهیم کشور مستقل باشد باید علم را تولید و در زمینه‌های مختلف از آن استفاده کنیم تا هزینه تولید علم جبران شود.



بررسی ۳ نکته مهم درباره مفهوم مدرن برندسازی
برندسازی و تعامل بهینه با مشتریان

به قلم: ایوان ویدجا یا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل علی

امروزه برندسازی یکی از مفاهیم مهم در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از برندها این فرآیند را فقط به معنای توسعه نام برند و لوگو در میان مشتریان معنا می‌کنند. این امر موجب ناتوانی برندها در زمینه ایجاد تمایز میان فرآیند برندسازی با بازاریابی و تبلیغات می‌شود. در این میان بسیاری از برندهای بزرگ و شرکت‌های موفق برندسازی را علم تعامل مناسب با مشتریان می‌دانند. این امر به تمام فعالیت‌های چنین برندهایی معنا و مفهوم خاصی می‌دهد. هدف اصلی از برندسازی ایجاد نمایی انسانی‌تر برای کسب و کارمان است. چنین امری تعامل ما با مشتریان را بسیار راحت‌تر خواهد کرد.

برندها همیشه از فاصله میان کارمندان و مشتریان‌شان رنج می‌برند. این امر موجب ضرورت صرف هزینه بالا برای کاهش فاصله موجود می‌شود. بسیاری از برندها نسبت به این امر بی‌توجه هستند. به همین خاطر روز به روز فاصله میان کارمندان و مشتریان‌شان بیشتر می‌شود. فرآیند برندسازی اصولی یکی از راهکارهای کاهش فاصله مذکور است.

نکته مهم در خصوص برندسازی درست شیوه‌های اجرای آن است. هدف اصلی من در این مقاله بررسی سه راهکار مناسب برای تحقق این هدف است.

۱. ساختار بخش «درباره ما» در سایت برند

وقتی ما به برندسازی فکر می‌کنیم، باید اهمیت سایت رسمی برنتمان را مدنظر داشته باشیم. هر سایتی دارای یک صفحه نخست است. اگر ما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستیم، باید صفحه نخست‌مان توانایی جلب نظر آنها را داشته باشد. استفاده از محتوای جذاب و روانشناسی رنگ‌ها اهمیت زیادی دارد. امروزه کاربران فقط برای دسترسی به محتوای سایت ما اقدام به گشت و گذار در اینترنت نمی‌کنند. یکی از اهداف اصلی آنها یافتن برندهای تازه است، بنابراین برند ما باید توضیحات دقیقی درباره خود ارائه کند. بخش اصلی ارائه چنین توضیحاتی «درباره ما» نام دارد. متأسفانه بسیاری از برندها توجه کافی به این بخش ندارند. به همین خاطر در عمل بخش «درباره ما» در سایت اغلب برندها دارای هیچ نوع اطلاعاتی نیست. پیشنهاد نخست من در این مقاله ارائه اطلاعات دقیق درباره حوزه فعالیت برنتمان و سپس نشانی‌هایی نظیر محل دفتر مرکزی و شماره تماس است. این امر انگیزه بازدیدکنندگان برای تعامل بیشتر با برند ما را افزایش خواهد داد.

۲. اهمیت طراحی دکور و یونیفرم کارمندان

اگر برند شما در زمینه گسترش نوع خاصی از سبک زندگی فعالیت دارد، استفاده از ارزش‌های اصلی آن سبک در طراحی دکور و لباس کارمندان ضروری خواهد بود. هر برند باید به خوبی توانایی بازنمایی ارزش‌های محوری‌اش را داشته باشد. در غیر این صورت مخاطب توجه چندانی به آن نخواهد کرد. امروزه دفتر کار یا فروشگاه‌های برندهای بزرگ از انواع خاصی از طراحی دکور و یونیفرم کارمندان بهره می‌برند. این امر موجب تاثیرگذاری بیشتر بر روی مشتریان می‌شود.

یکی از نمونه‌های جذاب درباره بازنمایی ارزش‌ها و فرهنگ برند در فروشگاه اصلی مربوط به برند هارد گریند است. این برند در زمینه تولید لوازم خانگی، به طور ویژه میلان، فعالیت دارد. نوع طراحی فروشگاه و لباس کارمندان در این فروشگاه بسیار جذاب است. مشتریان امکان بازدید از تمام محصولات شرکت و امتحان آنها را نیز دارند. به علاوه همیشه یک فنجان قهوه برای پذیرایی از آنها آماده است. تمام این فعالیت‌ها با هدف تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مشتریان صورت می‌گیرد. در این زمینه تعامل سازنده با مشتریان و ایجاد ارتباطی عمیق با آنها در دستور کار این برند قرار دارد.

۳. مفهوم برندسازی بصری

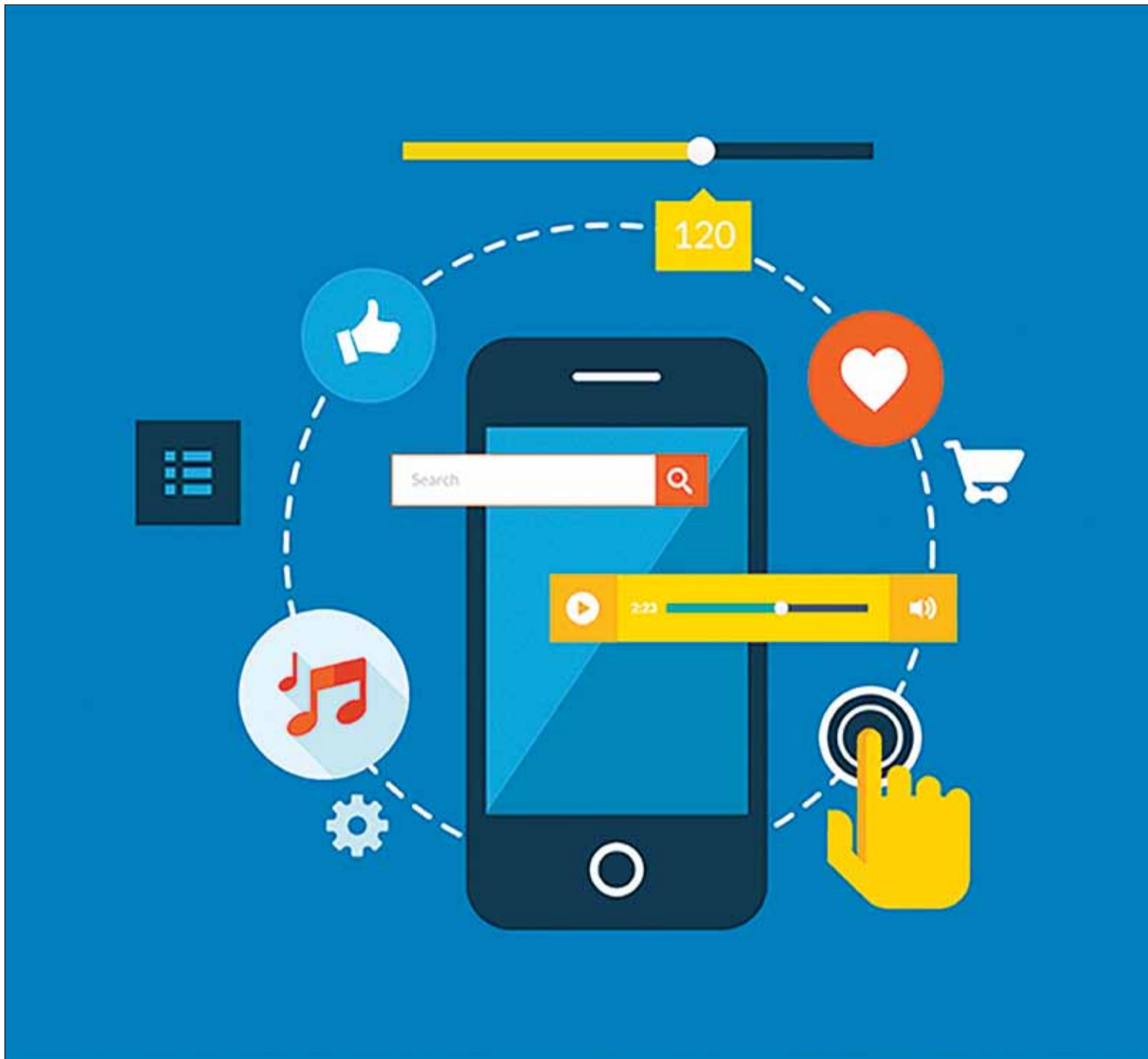
تمام بخش‌های برند ما از قبیل سایت رسمی، فروشگاه، دفتر کار، کمپین‌ها و آگهی‌های تبلیغاتی باید ویژگی‌های مشترک و قابل درکی داشته باشد. این امر بخش‌های مختلف کسب و کار ما را به هم پیوند می‌زند. ایراد اصلی بسیاری از برندهای بی‌توجهی به پیوند میان بخش‌های مختلف کسب و کارشان در قالب فرآیند برندسازی است. به این ترتیب ارتباط معناداری میان بخش‌های مختلف کسب و کار آنها قابل مشاهده نیست. استفاده از المان‌های بصری مشترک نظیر رنگ‌های مشابه در تمام بخش‌های برند ایده‌ای مناسب در راستای اجرای الگوی نوین برندسازی برنتمان خواهد بود.

بی‌شک برندسازی به معنای مدرن شامل فرآیندهای بسیار زیادی است. توجه به نکات مطرح در این مقاله گام مناسبی برای ایجاد تحول در فرآیند برندسازی شرکت ما خواهد بود. استفاده متفاوت از مفهوم برندسازی آن هم زمانی که اغلب برندها توجه خاصی به آن ندارند، مزیت‌های انکارناپذیری برای ما به همراه خواهد داشت.

منبع: noobpreneur



استراتژی‌های ساده برندسازی بهتر از طریق شبکه‌های اجتماعی



یوتیوب و پینترست دارای بیشترین تعداد کاربر بوده و کاملاً مناسب برندهای جهانی هستند، با این حال اگر حوزه کار شما کاملاً محلی است، لازم است تا بنا بر میزان محبوبیت شبکه‌ها در جامعه هدف خود، دست به انتخاب‌زدن کنید.

۲- برای هر شبکه محتوای مخصوصی را تولید کنید

بدون شک امکانات و ویژگی‌های هر شبکه اجتماعی با یکدیگر متفاوت بوده و کاربران آنها نیز تفاوت‌هایی را با یکدیگر دارند. به همین خاطر بزرگترین اشتباه، تولید محتوایی یکسان برای تمامی آنها است. برای این امر ضروری است تا برای هر شبکه، یک نفر و یا یک تیم را تعیین کنید. این امر باعث خواهد شد تا امکان فعالیت تخصصی مهیا شود. در واقع اگرچه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی کاملاً رایگان است، با این حال این امر به معنای عدم نیاز به اختصاص بودجه نبوده و لازم است تا به دنبال رسیدن به سطوح حرفه‌ای در هر یک باشید. برای آگاهی بیشتر از اقداماتی که باید انجام شود، توجه به اقدامات مشابه سایر برندها می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی محسوب شود، با این حال برای ایجاد تمایز و استقبال فوق‌العاده، نوآوری کلید اصلی موفقیت خواهد بود. در نهایت توجه داشته باشید که شما باید به دنبال ایجاد محتوا باشید. در واقع کپی‌برداری و بازنشر، تنها رشد شما را محدود کرده و وجهه شرکت را نابود خواهد ساخت، با این حال ترجمه کردن محتوای ارزشمند داستانی کاملاً متفاوت با کپی‌برداری داشته و اقدامی کاملاً ضروری محسوب می‌شود.

۳- فراموش نکنید که نصف مسیر موفقیت، میزان صمیمیت شما با مخاطبان است

این امر که تنها به دنبال انتشار محتواهای خود باشید، بدون شک قادر به کسب رضایت حداکثری مخاطبان نخواهید بود. در واقع بسیاری از اطلاعات را افراد از مکان‌های دیگر نیز می‌توانند به دست آورند، با این حال سواد روایت شما، به عاملی تبدیل خواهد شد که جذابیت لازم را ایجاد کرده و مخاطب را به سمت وفادار ماندن به شما سوق خواهد داد. این امر نکته بسیار ظریفی محسوب می‌شود. علت این امر به این خاطر است که بسیاری از برندها، اگرچه محتواهای ارزشمندی را تولید می‌کنند، با این حال قادر به بیان آن برای مخاطب خود نبوده و همین امر همه چیز را به سمت نابودی می‌کشاند. برای این موضوع، برنامه‌ریزی و طبقه‌بندی کردن محتواها کاملاً ضروری خواهد بود. در واقع اگر مخاطب شما نسبت به مفاهیم اولیه آگاهی لازم را نداشته باشد، بدون شک مفاهیمی که قصد انتقال آن را دارید، کاملاً عجیب به نظر خواهد رسید. به همین خاطر شما نیاز به ترتیبی خواهید داشت که ضمن آموزش پایه، نیاز مخاطبان حرفه‌ای را نیز تأمین کند، با این حال این اقدام نیز به تنهایی نمی‌تواند ضامن موفقیت شما باشد. در واقع ضروری است که به میزان صمیمیت خود با مخاطبان نیز توجه داشته باشید. از جمله الزامی‌ترین اقدامات این است که پاسخگوی سوالات،

پیشنهادات و انتقادات باشید. بدون شک در ابتدای شروع کار شما، این امر کاملاً راحت بوده و لازم است تا نخستین افرادی را که نسبت به شما واکنش نشان می‌دهند، در جایی مکتوب کنید. در واقع این افراد را باید با سابقه‌ترین مخاطبان خود دانسته و همواره اولویت اول را برای پاسخگویی به آنها اختصاص دهید. این امر باعث خواهد شد تا همگان به این حقیقت دست پیدا کنند که قدیمی‌بودن، برای شما یک امتیاز محسوب شده و به سمت ماندگاری بیشتر ترغیب شوند. به عنوان نکته پایانی، فراموش نکنید که برای صمیمی‌شدن با مخاطبان، هیچ‌گونه مرزی وجود ندارد. با این حال لازم است تا به میزان تمایل افراد نیز توجه داشته باشید. علت این امر به خاطر تفاوت‌های هر فرد با دیگری بوده و نباید به نحوی رفتار کنید که زمینه ناراضی‌تاری را فراهم آورد.

۴- در انتخاب رنگ‌ها دقت بسیار بالایی را داشته باشید

شاید این جمله را بتوان کاملاً درست دانست که رنگ‌ها، مهم‌ترین ابزار برای ایجاد جذابیت بصری و انتقال بهتر مفاهیم محسوب می‌شوند. با نگاهی به تمامی صنایع، پی به اهمیت این موضوع خواهید برد. برای مثال حتی در سینما، کارگردان‌ها از رنگ‌های مختلف به عنوان تم فیلم خود استفاده می‌کنند تا مفهوم موردنظر آنها بهتر انتقال پیدا کند. در رابطه با برندها نیز این امر کاملاً صادق بوده و لازم است تا در تناسب به محوریت کار خود، اقدام به انتخاب رنگ کنید. این امر در حالی است که بسیاری از مدیران، صرفاً رنگ‌های مورد علاقه خود و یا محبوب در جامعه را مورد توجه قرار می‌دهند. برای مثال اگرچه قرمز، محبوب‌ترین رنگ جهان محسوب می‌شود، با این حال تاکنون یک برند فعال در زمینه تولید لوازم درمانی را دیده‌اید که از این رنگ در بسته‌بندی خود استفاده کرده باشد؟ به همین خاطر میزان محبوبیت عملاً عاملی محسوب نمی‌شود که اولویت اول برندها باشد. برای این موضوع توجه به روان‌شناسی رنگ‌ها، کاملاً مهم بوده و فراموش نکنید که انتخاب یک رنگ، به معنای کنار گذاشتن سایر گزینه‌ها نخواهد بود. با این حال در گام نخست شما باید تم اصلی خود را انتخاب کرده و به آن وفادار بمانید. در واقع این تم که می‌تواند مجموعه‌ای از رنگ‌ها باشد، به معنای استفاده همیشگی از آنها بوده و با توجه به نیاز خود، می‌توانید در مواردی رنگ‌های دیگری را نیز مورد توجه خود قرار دهید.

در نهایت توجه داشته باشید که بازاریابی از طریق اینترنت اگرچه سهولت بالاتری را به همراه دارد، با این حال شما را در جهانی به شدت متغیر وارد خواهد ساخت. در واقع با نگاهی به گذشته، متوجه این امر خواهید شد که شیوه‌های بازاریابی برای دهه‌ها سال کاملاً ثابت و کاربردی بوده‌اند، با این حال در این جهان، ابتدا چنین امری امکان‌پذیر نبوده و لازم است تا به محدوده زمانی هر اقدام خود توجه داشته باشید. برای موفقیت در این زمینه ضروری است تا همواره به دنبال ارائه نوآوری و خلاقیت باشید. در غیر این صورت تمامی نتایج کاملاً مقطعی خواهد بود.

منبع: business & community

بررسی ۱۶ ایده تازه برای بازاریابی محتوایی

بازاریابی محتوایی در شبکه‌های اجتماعی با ایده‌های نوین

<div><div> </div><div>به قلم: تری کولز کافرین مستقل و کارشناس بازاریابی</div></div>
<div><div> </div><div>ترجمه: علی آل‌علی</div></div>

فعالیت بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی همیشه کار ساده‌ای نیست. امروزه بسیاری از بازاریاب‌ها و برندها مسیر دشواری برای تولید محتوای جذاب پیش روی دارند. چالش اصلی برای بازاریابی محتوایی ضرورت تولید بیست به صورت روزانه است. بی‌شک هیچ بازاریابی همیشه عملکرد خوبی ندارد. گاهی اوقات ما به دلایل شخصی یا حرفه‌ای خلایقت لازم برای تولید محتوای جذاب را نداریم. حوزه بازاریابی محتوایی نیازمند تولید مطالب جالب حتی در روزهای بد بازاریاب‌هاست. برندهای بزرگ همیشه محتوای بازاریابی‌شان را با ترکیب المان‌های جذاب و آموزنده تهیه می‌کنند. این امر موجب افزایش تمایل مخاطب برای مشاهده کارهای بعدی برندهای موردنظر می‌شود. یکی از ایرادهای اساسی محتوای بازاریابی کلیشه‌ای فقدان پیام مشخص است، بنابراین مخاطب هیچ احساسی نسبت به مشاهده آن نخواهد داشت. اگر ما نسبت به ایده‌های جلب‌نظر مخاطب در فرآیند تولید محتوای بازاریابی آگاهی داشته باشیم، چند گام از سایر رقبا جلوتر خواهیم بود. در ادامه این مقاله ۱۶ ایده جذاب برای تولید محتوای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. محتوای ویدئویی

براساس گزارش موسسه سیسکو تا سال ۲۰۲۲ بیش از ۸۲ درصد از ترافیک کل فضای اینترنت به محتوای ویدئویی اختصاص خواهد یافت. این امر به معنای افزایش علاقه کاربران به مشاهده محتوای ویدئویی در مقایسه با سایر فرمت‌های موجود است. خوشبختانه امروزه گزینه‌های بسیار زیادی برای تولید محتوای ویدئویی در شبکه‌های اجتماعی پیش روی بازاریاب‌ها قرار دارد. تولید و بارگذاری فرمت ویدئو در شبکه‌های اجتماعی تا همین چند سال پیش به دلیل محدودیت‌های بستر اینترنت و شرکت‌های توسعه‌دهنده شبکه‌های اجتماعی بسیار دشوار بود، بنابراین توسعه این فضا معنای مشخصی برای برندها در جهت افزایش سرمایه‌گذاری بر روی بازاریابی ویدئویی خواهد داشت. برخی از امکانات در دسترس بازاریاب‌ها و برندها برای بارگذاری محتوای ویدئویی در شبکه‌های اجتماعی به شرح ذیل است:

- استوری (اینستاگرام و فیس‌بوک)
- اسنپ چت
- IGTV
- یوتیوب
- تی‌تاک
- ویدئوی زنده (لینکدین، فیس‌بوک و اینستاگرام)
- ویدئوهای عادی در قالب پست

خوشبختانه اکنون امکان بارگذاری محتوای ویدئویی در تمام شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. نکته مهم در این میان انتخاب پلتفرمی مناسب برای فعالیت برندگان است. این امر بستگی به سلیقه مشتریان دارد، بنابراین ما باید به دنبال یافتن شبکه اجتماعی مورد پسند اغلب مخاطب هدف‌مان باشیم.

۲. ویدئوهای زنده

ویدئو زنده (Live Video) نقش مهمی در بازاریابی محتوایی بازی می‌کند. براساس گزارش موسسه پژوهشی Live Stream از هر پنج کاربر شبکه‌های اجتماعی چهار نفر مشاهده ویدئوی زنده از سوی برندها را به مطالعه محتوای ویلاگ آنها ترجیح می‌دهند. این امر به خوبی بیانگر میزان تأثیر گذاری بیشتر محتوای ویدئویی در مقایسه با انواع فرمت‌های بازاریابی دیگر است. بارگذاری ویدئوی زنده برای پوشش کنفرانس‌ها و اجلاس‌های مهم کاری ایده جذابی خواهد بود. امروزه با وجود پیشرفت فناوری‌های مدرن بسیاری از مردم پیگیر اخبار مربوط به رویدادهای مهم حوزه کسب و کار را بدون حضور در آن مراسم‌ها پیگیری می‌کنند. این امر به معنای توجه روزافزون دامنه وسیعی از مردم به ویدئوهای آنلاین است، بنابراین برند ما باید برنامه‌ای ویژه برای حضور در این بخش کسب و کار داشته باشد. امروزه بسیاری از شبکه‌های اجتماعی امکان بارگذاری ویدئوی زنده را پشتیبانی می‌کنند. بنابراین مشکل اساسی در راستای استفاده ما از این امکان کاربردی نخواهد بود.

یکی از ایده‌های جذاب برای استفاده از بخش بارگذاری ویدئوی آنلاین بحث رونمایی از محصولات تازه است. کاربران شبکه‌های اجتماعی علاقه بسیار زیادی به مشاهده ایده‌های تازه برندها در زمینه تولید محصولات مختلف دارند. این امر موجب استقبال شدید کاربران از ویدئوهای زنده پیرامون معرفی محصولات تازه می‌شود، بنابراین برند ما باید استفاده حداکثری را از این بخش کند.

۳. توجه به کارمندان

شاید در نگاه نخست کارمندان یک شرکت سبزه بازاریابی محتوایی محسوب نشوند، اما ایده من در این بخش کاملا متفاوت با این برداشت است. هیچ برندی بدون تلاش و پشتکار کارمندانش توانایی دستیابی به موفقیت را ندارد، بنابراین گروه کارمندان یکی از ستون‌های اصلی موفقیت هر برندی محسوب می‌شود. اگر در کمپین بازاریابی به دنبال بیان داستان جذاب برندگان باشیم، حضور و نقش آفرینی کارمندان ضروری خواهد بود.

امروزه بسیاری از برندها مجموعه‌ای از ویدئوهای جذاب با حضور تعدادی از کارمندان‌شان تهیه و در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌کنند. تجربه اغلب برندها بیانگر استقبال بسیار بیشتر کاربران از چنین ویدئوهایی است. این امر ریشه در توجه بیشتر افراد به محتوای شامل حضور افراد معمولی از جمله کارمندان دارد. امروزه کاربران شبکه‌های اجتماعی صحت‌های افراد حقیقی را بسیار بیشتر از سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرها باور می‌کنند. به همین خاطر ما باید برنامه مشخصی برای همکاری با کارمندان‌مان در زمینه تولید محتوای بازاریابی داشته باشیم.

۴. بیان اخبار و تازه‌های شرکت

یکی از راهکارهای جلب نظر مخاطب در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک‌گذاری اخبار و نکات تازه درباره برندگان است. کاربران در شبکه‌های اجتماعی علاقه زیادی به اخبار دارند. نکته مهم در این میان ضرورت ساماندهی کوتاه و مختصر اخبار است. ماهیت خبر در قالب مرتبط حوزه کسب و کار نیازمند توضیح اضافه نیست، بنابراین استفاده از ترکیب یک یا چند جمله کوتاه در کنار تصویری جذاب برای جلب نظر مخاطب کافی خواهد بود.

بهترین پلتفرم برای بارگذاری اخبار تازه برندگان توئیتر است. ماهیت فعالیت در توئیتر با اشتراک‌گذاری اخبار تازه هم‌هنگی بسیار زیادی دارد. براساس آمار رسمی توئیتر نزدیک به ۴۰درصد از کل کاربران فعال این پلتفرم به طور مداوم اخبار مربوط به حوزه‌های گوناگون کسب و کار را پیگیری می‌کنند، بنابراین انتخاب توئیتر برای پوشش اخبار برندگان بسیار هوشمندانه خواهد بود.

۵. تحلیل اطلاعات بازار

بسیاری از برندها در تلاش برای گسترش جایگاه‌شان از سطح یک برند معمولی هستند. این امر گاهی اوقات با تلاش برای بیان نظرات کارشناس درباره وضعیت بازار و تحلیل اطلاعات همراه است. امروزه بسیاری از برندهای بزرگ علاوه بر تولیدکننده محصولی خاص در قالب مشاور و تحلیلگر مطمئن نیز مورد اعتماد مشتریان هستند. بی‌تردید این میزان از اعتبار در طول مدت‌زمان طولانی حاصل

می‌شود. نقطه شروع مناسب برای این فرآیند بیان نکات کلیدی و تحلیل‌های کاربردی در اکانت برندگان در شبکه‌های اجتماعی است.

موسسه اکونومیست یکی از بهترین برندهای فعال در زمینه تحلیل اطلاعات و وضعیت بازارهای مختلف است. این برند در طول زمان از سطح یک نشریه ساده به یک تحلیلگر حرفه‌ای ارتقا یافته است. امروزه اعتبار مقالات تحلیلی این موسسه با برخی از پژوهشکده‌های آکادمیک برابری می‌کند.

۶. مقالات و پست‌های وبلاگی

شاید راندانزای ویلاگ در دوران کنونی ایده قدیمی به نظر برسد. در هر صورت با توسعه روزافزون شبکه‌های اجتماعی استفاده از وبلاگ برای تعامل با مخاطب عجیب به نظر می‌رسد. نکته مهم در این بخش اهمیت و تأثیر گذاری وبلاگ بر روی مخاطب است.

ابتدا اجازه دهید دلیل اهمیت وبلاگ را بررسی کنیم. امروزه اغلب برندها دارای سایت رسمی هستند. محتوای اصلی سایت رسمی برندها شامل اخبار شرکت و رونمایی از محصولات تازه است. ماهیت سایت‌های رسمی اجازه بیان نکات کلیدی که نیاز به نگارش متن‌های طولانی را دارند، نمی‌دهد، بنابراین راندانزای وبلاگ رسمی برای برندگان در کنار سایت اقدام مناسبی در راستای بیان نکات کلیدی و تحلیل‌های مفصل خواهد بود. بسیاری از برندهای بزرگ از ویلاگ‌شان در راستای توسعه نوع خاصی از سبک زندگی استفاده می‌کنند. اگر برند ما توانایی فعالیت در زمینه توسعه نوع ویژه‌ای از سبک زندگی را داشته باشد، ایده مذکور تأثیر بسیار زیادی بر روی مخاطب خواهد داشت.

۷. نمایش پشت صحنه برند

تمام برندها دارای پشت صحنه‌های جذابی هستند. همانطور که از نام پست صحنه مشخص است، نمایش نحوه تولید محصولات و رابطه میان کارمندان با یکدیگر بخش اصلی این نوع محتوا را شامل می‌شود. بسیاری از برندها نسبت به این امر توجه کافی ندارند، بنابراین وظیفه اصلی ما در این بخش نمایش نوع خاصی از محتواست. پشت صحنه فعالیت برندها به طور معمول از سوی بسیاری از افراد قابل مشاهده نیست، بنابراین ما باید بخش‌های جذاب و کمتر در معرض دید برندگان را به مخاطب نشان دهیم. این امر علاقه مخاطب به تعامل هرچه بیشتر با برندگان را افزایش می‌دهد.

یکی از ایده‌های جذاب در این بخش نمایش محیط فعالیت کارمندان در شرکت است. دفتر کار هر برند بخش قابل توجهی از جذابیت آن را پنهان می‌کند، بنابراین با بیان داستانی جذاب درباره دفتر برندگان امکان جلب نظر شمار بالایی از مخاطب‌ها وجود خواهد داشت.



۸. برگزاری رقابت و اعطای هدیه‌های مختلف

برگزاری مسابقه در شبکه‌های اجتماعی قدمت زیادی ندارد. این امر مبتنی بر تعیین فرآیندی برای فعالیت کاربران و سپس اعطای جایزه به افراد برتر است. اگر مسابقه و جایزه ما جذابیت کافی را داشته باشد، نظر مخاطب به بهترین شکل ممکن جلب خواهد شد. مزیت اصلی برگزاری مسابقه امکان جلب‌نظر دامنه هرچه وسیع‌تری از مخاطب‌هاست. این امر اصطلاح «جذب و پیروسی» نام دارد. در این شیوه یک مخاطب با شرکت در مسابقه یک برند به طور پیوسته اقدام به اطلاع‌رسانی درباره آن به دوستان و اعضای خانواده خواهد کرد. چنین امری موجب افزایش آگاهی افراد پیرامون برند موردنظر می‌شود. در نهایت علاوه بر افزایش امتیاز فرد موردنظر در مسابقه، افراد تازه‌ای نیز با برند ما آشنا خواهند شد.

اگر نگاهی کوتاه به فعالیت برندهای بزرگ در شبکه‌های اجتماعی بیندازیم، بسیاری از آنها با برگزاری مسابقه‌های جذاب در تلاش برای جلب تعامل مخاطب هدف هستند، بنابراین ما در راستا راه‌اندازی نخستین مسابقه برندگان الگوهای مناسبی در اختیار خواهیم داشت. مشاهده نحوه فعالیت برندهای بزرگ در این زمینه گام موثری در راستای تحقق اهدافمان خواهد بود.

۹. محتوای همراه با حضور اینفلوئنسر‌ها

فعالیت افراد تأثیر گذار یا اینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی گسترش بسیار زیادی پیدا کرده است. شاید تا همین چند سال پیش تعداد این افراد بسیار محدود و اغلب در محلی محلی بود. امروزه ما مشاهده حضور بسیاری از اینفلوئنسرها در مقیاس جهانی و حتی جهانی هستیم. محبوبیت اینن افراد در حوزه‌های مختلف موجب جلب توجه برندها به همکاری با آنها شده است. همکاری با اینفلوئنسرها برخلاف بسیاری از تبلیغات منفی همیشه بد نیست. ما باید در فرآیند همکاری با این افراد به چند نکته بسیار مهم توجه داشته باشیم. یکی از نکات مهم در این میان انتخاب اینفلوئنسرهای مرتبط با حوزه کاری‌مان است. اشتباه برخی از برندها تلاش برای همکاری با افراد تأثیر گذار مشهور بدون توجه به زمینه تخصصی فعالیت‌شان است، بنابراین در نهایت امکان جلب نظر مخاطب به شیوه‌ای مناسب برای برند موردنظر فراهم نمی‌شود.

۱۰. تولید انواع گیف

اگر اهل گشتت و گذار در شبکه‌های اجتماعی باشید، با انواع گیف‌ها آشنایی دارید. گیف شامل برشی کوتاه از یک ویدئو است. این امر امکان ارسال برش‌های موردنظر به جای اشتیکر را فراهم می‌کند. امروزه بسیاری از کاربران در گفت‌وگوی آنلاین با یکدیگر از گیف‌های مختلف استفاده می‌کنند. توصیه من در این بخش تولید گیف از دل ویدئوهای برندگان است. ما باید بخش‌های جذاب و خندنده‌ار ویدئوهای‌مان را در قالب گیف قرار دهیم. این امر موجب افزایش توجه کاربران به محتوای اصلی ما خواهد شد.

خوشبختانه امروزه امکان تولید و بارگذاری گیف در اغلب شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. این امر همراه با افزایش علاقه کاربران به استفاده از گیف همراه است، بنابراین ما فرصت مناسبی در تعامل نزدیک با مخاطب و افزایش شهرت برندگان را خواهیم داشت.

۱۱. تولید انواع انیمیشن

همه ما به انیمیشن‌های جذاب علاقه داریم. امروزه بخش قابل توجهی از فروش فیلم‌های سینمایی کارتونی مربوط به مخاطب بزرگسال است. در واقع این نوع فیلم‌ها دیگر کودکان را به عنوان تنها مخاطب هدف‌شان مدنظر ندارند، بنابراین در حوزه کسب و کار نیز استفاده از انواع انیمیشن باید معطوف به جلب نظر تمام مخاطب‌ها باشد.

خوشبختانه تولید انیمیشن نیازمند مهارت و دانش گسترده در زمینه نرم‌افزار نیست. برخی از ابزارهای ساده نظیر Animoto امکان جست‌وجوی انواع انیمیشن یا تولید نمونه‌های ساده را فراهم می‌سازد، بنابراین تنها نکته مهم در اینجا طراحی ایده‌های جذاب و سپس تلاش برای تحقق آن خواهد بود. براساس گزارش موسسه فوربس محتوای انیمیشنی تا سه برابر توجه بیشتری به خود جلب می‌کند. این امر در دنیای بازاریابی به معنای توانایی جلب دامنه وسیعی از مخاطب‌ها خواهد بود.

۱۲. تصاویر مربوط به محصولات برند

یکی از اهداف اصلی کاربران از دنبال کردن اکانت‌های تجاری مشاهده تصاویر مربوط به محصولات برندهاست، بنابراین ما باید پاسخ قابل توجهی به این علاقه کاربران دهیم. امروزه هنر عکاسی در زمینه کسب و کار پیشرفت قابل توجهی کرده است. نمایش تصاویر جذاب از برندگان و محصولاتش نقش مهمی در توسعه کسب و کار دارد. به عنوان مثال، برند نایک را در نظر بگیرید. این برند همیشه تصاویر جذاب و زیبایی از محصولاتش در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌کند. برندهای بزرگ در صنعت خودروسازی نیز وضعیت مشابهی دارند، بنابراین ما برای جلب نظر مخاطب هدف باید اقدام به همکاری با عکاس‌های حرفه‌ای کنیم. بدون تردید همکاری با عکاس‌های حرفه‌ای تأثیر انکارناپذیری بر روی وضعیت برندگان خواهد داشت. توصیه من در اینجا استفاده از برخی نکات ساده برای بهبود کیفیت عکس‌های برندگان است. به این ترتیب دیگر نیازی به همکاری با عکاس‌های حرفه‌ای و صرف بودجه قابل توجهی نیز نخواهد بود.

امروزه بسیاری از مقالات در زمینه تقویت مهارت عکاسی افراد مبتدی وجود دارد. هدف من بیان نکاتی مانند این مقالات نیست. توصیه من توجه به نحوه عملکرد برندهای بزرگ است. نگاه به نحوه فعالیت بازاریابی و تهیه عکس از محصولات برندهای بزرگ نقش مهمی در بهبود درک ما از عکاسی استاندارد دارد. بدون تردید کاربران شبکه‌های اجتماعی توجه ویژه‌ای به نحوه فعالیت برندهای بزرگ دارد. این امر باید در قالب کلاس درس برای ما باشد. شاید کاربران عادی از تصاویر زیبای برندها لذت ببرند، اما ما باید نکات مهم نهفته در آنها را کشف کنیم.

۱۳.استفاده از محتوای تولیدی کاربران

اگر برند شما دارای طرفدار یا مشتریان وفادار زیادی است، به احتمال زیاد دامنه وسیعی از محتوای تولیدی آنها را در اختیار خواهید داشت. امروزه بسیاری از کاربران در اینستاگرام محتواهای جذابی درباره برندهای مورد علاقه‌شان تولید می‌کنند. یکی از نمونه‌های جذاب این فرآیند درباره برند Whole Foods اتفاق افتاده است. این برند در زمینه خرده‌فروشی و ارائه محصولات ارگانیک فعالیت دارد. بدون تردید بسیاری از برندها و خرده‌فروشی‌های دیگر نیز مانند این برند در تلاش برای جلب نظر مشتریان هستند. نکته مهم درباره Whole Foods ارتباط عمیق آن با مشتریان است. همین امر آنها را بدل به برندی محبوب در سراسر آمریکا کرده است. اگر نگاهی ویدئو رسمی این برند در شبکه‌های اجتماعی بیندازید، بخش قابل توجهی از پست‌های آن مرتبط با محتوای تولیدی کاربران است. محتوای تولیدی کاربران از نقطه‌نظری شامل انواع پست‌ها و تصاویر کاربران درباره برندهاست. کاربران به طور معمول با استفاده از هشتگ یا تگ کردن برندها توجه آنها را به محتوای‌شان جلب می‌کنند.

۱۴. بخش استوری اینستاگرام

گاهی اوقات برندها ایده‌های مناسبی برای تولید یک پست مستقل ندارند. ایده‌های کوچک و در لحظه در صورت تلاش برای تبدیل‌شان به پست دیگر جذابیت اولیه را نخواهد داشت، بنابراین ما باید به دنبال راهکارهایی برای انتقال سریع ایده‌های در لحظه‌مان به مخاطب باشیم. امروزه بخش استوری در بسیاری از شبکه‌های اجتماعی این فرصت را فراهم می‌کند، بنابراین ما شانس جلب نظر مخاطب بدون نیاز به اختصاصی قابل توجهی برای تولید پست را خواهیم داشت. امروزه پلتفرم اینستاگرام امکانات قابل توجهی در بخش استوری ارائه می‌کند. برندها به راحتی امکان بارگذاری محتوای بصری و ویدئوهای جذاب را دارند. همچنین با استفاده از ابزارهای ویرایشی اینستاگرام فرصت بهبود کیفیت و افزودن المان‌های جانبی به محتوای‌مان وجود خواهد داشت.

بدون تردید انتخاب اینستاگرام در میان حجم وسیعی از شبکه‌های اجتماعی باید توجه منطقی داشته باشد. من در این زمینه به ۵۰۰ میلیون استوری روزانه در این پلتفرم توجه دارم. امروزه کمتر پلتفرمی با این حجم از ترافیک در بخش استوری مواجه است. این امر به خوبی بیانگر اهمیت اینستاگرام و نفوذش در زندگی روزمره کاربران است.

۱۵. تولید انواع نمودار

تأثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با تولید نمودارهای جذاب ایده مناسبی است. کارشناس‌های مطرح در حوزه بازاریابی بر روی تأثیر گذاری محتوای بصری بر روی مخاطب تأکید دارند، بنابراین تولید نمودارهای جذاب با المان‌های بصری گوناگون شانس ما برای تأثیر گذاری بر روی مخاطب را افزایش می‌دهد. فعالیت بسیاری از برندها در حوزه کسب و کار در پیوند بسا آمارهای کمی و پیچیده است. بیان این آمارها با زبان ساده برای مخاطب امر بسیار دشواری است. به همین خاطر اغلب برندهای فعال در حوزه‌های تخصصی به طور مداوم با مشکل در زمینه بازاریابی مواجه هستند. تولید نمودارهای بصری جذاب کمک زیادی به ساده‌سازی مفاهیم پیچیده می‌کند. به این ترتیب میزان تأثیر گذاری برندها بر روی مخاطب هدف نیز تا حد زیادی افزایش خواهد یافت.

۱۶.انتشار باز خوردهای مخاطب

فعالیت در حوزه بازاریابی همیشه همراه با باز خوردهای کاربران است. این امر در دامنه‌ای وسیع‌تر شامل نظرات مشتریان درباره برند ما نیز خواهد بود. برخی از برندها تحمل هیچ‌گونه انتقادی را ندارند، بنابراین واکنش آنها در قبال کوچک‌ترین انتقاد از سوی کاربران حذف نظر موردنظر است. توصیه من در این بخش مبتنی بر درک وسیع‌تر از باز خورده مخاطب است. گاهی اوقات نظرات کاربران درباره برند ما منفی نیست. این امر شامل قدردانی از عملکرد برندگان نیز می‌شود. ما اگر با انتقاد کاربران نیز مواجه شویم، پاسخگویی منطقی به انتقادات ایده بسیار بهتری در مقایسه با تلاش برای حذف انتقادات خواهد بود.

امروزه بسیاری از کاربران تمایل به پاسخگویی سریع برندها به پرسش‌های‌شان را دارند. این امر وظیفه برندها را بسیار دشوارتر از همیشه خواهد کرد. توجه به این بخش در قالب ایده‌ای برای بازاریابی توصیه اصلی این بخش است.

منبع: hootsuite

ایستگاه بازاریابی

تکنیک‌های طراحی کمپین بازاریابی برای جمعه سیاه

۵ درس بازاریابی از ترند «جمعه سیاه»

به قلم: هیوتر مورگان
موسس برند Sales Folk

ترجمه: علی آل‌علی

وقتی مناسبت‌های مهم مانند کریسمس از راه می‌رسد، بسیاری از مردم مشغول خرید هدیه یا وسایل مورد نیازشان می‌شوند. اغلب برندها برنامه‌های خاصی برای جلب نظر مشتریان در چنین مناسبت‌هایی دارند. هر سال برخی از برندها در پایان سال میلادی اقدام به شرکت در ترند «جمعه سیاه» می‌کنند. در این مناسبت محصولات شرکت‌ها با تخفیف‌های گسترده در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد. هدف اصلی از این اقدام فروش تمام محصولات در روزهای پایانی سال و همچنین جلب نظر مخاطب به برندهاست. متأسفانه همه برندها فرصت موفقیت در جمعه سیاه را ندارند. به همین خاطر فقط برخی از برندها با سرمایه‌گذاری هوشمندانه در این ترند موفق به فروش گسترده و جلب نظر مشتریان می‌شوند. بدون تردید هر رویدادی دارای در‌س‌های زیادی برای برندهاست. هدف من در این مقاله بررسی پنج درس بزرگ از ترند جمعه سیاه است.

۱.اهمیت اطلاع‌رسانی به مشتریان

بخشی قابل توجهی از موفقیت برندها در جمعه سیاه به دلیل اطلاع قبلی مشتریان از زمان برگزاری آن است. اگر شما به دنبال کسب موفقیت بزرگ در حوزه کاری‌تان هستید، باید اهمیت اطلاع‌رسانی به مشتریان را مدنظر داشته باشید. این امر فقط درباره جمعه سیاه مصداق ندارد. بسیاری از برندها در عمل اقدامات لازم برای اطلاع‌رسانی به مشتریان‌شان درباره رویدادهای مهم را ندارند. این امر موجب کاهش سطح توجه مشتریان به فعالیت‌های بازاریابی و تلاش‌های کلی برند موردنظر می‌شود.

وقتی اغلب برندها در یک حوزه دارای ضعف هستند، سرمایه‌گذاری ما در آن مزیت قابل توجهی به ارمان خواهد آورد، بنابراین توصیه من در این بخش تلاش برای ایجاد ارتباط بهینه با مشتریان و اطلاع‌رسانی مناسب پیرامون رویدادهای مرتبط با برندگان است.

۱.۲ ایجاد وضعیت فوری

یکی از تکنیک‌های تأثیر گذاری در حوزه بازاریابی BYB ایجاد حالت اضطرار است. این امر به طور معمول با تعیین محدودیت زمانی برای شرکت مخاطب در کمپین یا استفاده از دامنه وسیعی از تخفیف‌ها صورت می‌گیرد. اگر با دقت به ترند جمعه سیاه نگاه کنیم، بخش قابل توجهی از استقبال مشتریان به دلیل محدودیت زمانی است. مشتریان برای بهره‌مندی از تخفیف‌های گسترده فقط ۲۴ ساعت زمان دارند، بنابراین از هفته‌ها قبل برنامه‌های لازم برای خرید محصولات موردنیازشان در این روز را مدنظر خواهند داشت.

یکی از نکات مهم درخصوص ایجاد محدودیت زمانی برای کمپین برندگان توانایی انتقال احساس بهره‌مندی از مزیت‌های ویژه به مخاطب است. اگر مخاطب ما احساس بهره‌مندی از تخفیف‌های جذاب را نداشته باشد، انگیزه کافی برای حضور در روز جمعه سیاه را نیز نخواهد داشت. موفقیت در این بخش بستگی به توانایی برند ما در زمینه تولید کمپین‌های بازاریابی تأثیر گذار است. درست به همین خاطر اغلب برندهای عادی در جمعه سیاه موفق به جلب نظر مشتریان نمی‌شوند. برندهای بزرگ توانایی قابل توجهی در زمینه مستقاع ساختن مخاطب دارند. این امر باید مدنظر سایر برندها نیز قرار گیرد. البته بخش قابل توجهی از اعتماد مشتریان به برندهای بزرگ ناشی از عملکرد مطلوب آنها در بلندمدت است، بنابراین در صورت ارائه عملکرد نامناسب در گذشته کار ما بسیار دشوار خواهد بود.

۳. ترکیب هیجان و محدودیت محصولات

وقتی محصولات یک شرکت برای جمعه سیاه بسیار زیاد باشد، مشتریان احساس فوریت در خرید نخواهند داشت. این امر به خوبی مدنظر برندهای بزرگ قرار دارد. در همین خاطر اغلب آنها در جمعه سیاه تعداد محدودی از محصولات را همراه با تخفیف گسترده عرضه می‌کنند. مشتریان در چنین وضعیتی انگیزه دوچندانی برای خرید پیدا می‌کنند. به هر حال موفقیت در خرید آن هم در چنین شرایطی به معنای موفقیت مسا در پس‌انداز مقدار پول بیشتر در مقایسه با دیگران است. وقتی یک برند تعداد محصولات اندکی برای جمعه سیاه عرضه می‌کند، این امر علاوه بر بحث توانایی در زمینه توجه ارائه تخفیف گسترده بر روی شمار بالایی از محصولات مربوط به ایجاد هیجان دوچندان میان مشتریان نیز هست.

گاهی اوقات برخی از برندها به جای تخفیف بیشتر اقدام به ارائه هدیه‌های جذاب در کنار سفارش مشتریان می‌کنند. این امر به شرط ساختن درست مشتریان تأثیر بسیار زیادی خواهد داشت. وقتی از شناخت سلیقه مشتریان صحت می‌کنیم، بررسی سفارش‌های نفر قبلی آنها اهمیت زیادی دارد. متأسفانه امروزه بسیاری از برندها بدون توجه به این نکته اقدام به تعیین هدیه براساس سلیقه شخصی‌شان می‌کنند. بدون تردید تفاوت میان سلیقه ما و مشتریان امری طبیعی خواهد بود، بنابراین در صورت تمایل به ارائه هدیه باید فرآیند ارزیابی سلیقه مشتریان را به خوبی انجام دهیم.

۴.اطمینان از حمایت مشتریان از تخفیف‌های برندگان

هر اقدامی که ما به عنوان برند انجام می‌دهیم، باید حمایت مشتریان را جلب کند. امروزه بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی احساس ناخوشایندی از مشاهده تصاویر مربوط به محصولات برندها دارند. این امر ناشی از عدم علاقه کاربران به مشاهده شمار بالایی از پست‌های تبلیغاتی یا مرتبط با برندها در شبکه‌های اجتماعی است. تیم بازاریابی ما در چنین وضعیتی باید دلایل احساس نافر مخاطب از محتوای تجاری را بررسی کند. سپس نوبت به یافتن راهکاری برای جلب‌نظر مخاطب خواهد رسید.

یکی از تکنیک‌های جالب برای تأثیر گذاری بسر روی مخاطب بی‌علاقه نسبت به محتوای تجاری اعلام رسمی تخفیف‌های برندگان در شبکه‌های اجتماعی است. بدون تردید هیچ فردی از مشاهده تخفیف‌های گسترده احساس بدی نخواهد داشت. این امر گامی موثر در راستای بهبود رابطه برندگان با مخاطب‌های سخت‌پسند است. بدون تردید در ابتدا تعامل با چنین مخاطب‌هایی دشوار خواهد بود، اما در صورت جلب نظر آنها شانس بالایی در زمینه تبدیل‌شان به مشتریان وفادار داریم.

بهبود کیفیت کمپین

ارزیابی وضعیت کمپین یکی از بهترین راهکارها برای بهبود کیفیت فعالیت‌مان است. این امر به طور کلی در قالب دو راهکار اصلی انجام می‌شود. راهکار نخست شامل نظرسنجی چند بازاریابی برای جمعه سیاه و آزمایش نحوه تأثیر گذاری‌شان بر روی مخاطب است. انجام این فرآیند در عین کارایی بسیار زیاد همراه با مشکلات فراوانی است. راهکار دوم شامل ارزیابی ایرادهای کمپین سال گذشته و تلاش برای رفع آنها در برنامه‌ریزی برای سال جدید است. بدون شک هیچ کمپینی بدون ایراد نیست، بنابراین بررسی کمپین‌های قبلی برندگان فرصت مناسبی در راستای جبران اشتباه‌های قبلی در اختیار ما قرار خواهد داد.

منبع: inc

رهبری

بستنی دوندورما: جاذبه پولساز گردشگری

به قلم: هارولد مک گی، نویسنده حوزه بازاریابی و تبلیغات
مترجم: امیر آل علی

تصور بسیاری از افراد در رابطه با یک جاذبه گردشگری، مکانی فوق‌العاده با امکاناتی مثال‌زدنی است، با این حال واقعیت کاملا متفاوت بوده و هر چیزی را می‌توان به یک جاذبه تبدیل کرد. برای رسیدن به این خواسته تنها کمی خلاقیت نیاز است که نمونه بارز آن را می‌توان در بستنی سنتی کشور ترکیه با نام دوندورما مشاهده کرد. جالب است بدانید که دلیل اصلی محبوبیت فوق‌العاده این بستنی، به خاطر کیفیت و یا طعم آن نبوده و تنها در خلاقیت فروشندگان آن خلاصه می‌شود. بدون شک همه شما ویدئوهایی را از این فروشندگان دیده‌اید که در زمان تحویل بستنی، به نوعی با مشتری خود بازی کرده و همین امر افراد مختلف را به وجد می‌آورد. ویژگی خاص این بستنی که چسبندگی و دیر آب شدن آن است نیز به امکان پذیر بودن این اقدام، کمک کرده است. موفقیت بسیار بالای این شیوه از فروش، باعث شده است تا از این دک‌های بستنی‌فروشی به عنوان یکی از جاذبه‌های اصلی کشور ترکیه یاد شود. همین امر نیز باعث شده است تا در این مقاله به بررسی دلایل موفقیت این طرح بپردازیم.

۱- به شکلی کاملا جذاب متفاوت باشید

بزرگ‌ترین راز موفقیت این نوع از بستنی‌فروشی، شیوه متفاوت کار است. درواقع همه افراد عادت داشته‌اند که تنها سفارش خود را انجام داده و پس از دریافت محصول، سریعا مکان را ترک کنند، با این حال این دسته از فروشندگان به خوبی اهمیت طولانی‌کردن مدت‌زمان حضور مشتری را درک کرده و برای آن یک راهکاری را پیدا کرده‌اند که ابدا مشتری را خسته نخواهد کرد. برای درک اهمیت این موضوع تنها کافی است تصور کنید که یک مشتری تنها ۱۰ دقیقه را بخواهد برای آماده‌شدن سفارش خود بایستد. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا با چهره‌ای ناراحت و حتی انواع اعتراض‌ها مواجه شوید. با این حال این فروشندگان به خوبی موفق شده‌اند تا همان زمان ایستادن را به امری دلخواه تبدیل کنند. بدون شک حتی یک‌بار خرید از چنین بستنی‌فروشی، تا پایان عمر در خاطره افراد باقی خواهد ماند. همچنین فیلم‌برداری مشتریان، خود تبلیغی داوطلبانه و بدون هیچ گونه هزینه‌ای محسوب می‌شود. درواقع این دسته از فروشندگان به محبوبیتی دست پیدا کرده‌اند که سایرین، با صرف هزینه‌های بسیار بالا هنوز موفق به نزدیک شدن به آنها نیز نشده‌اند. به همین خاطر نیز کاملا درست است که اولین و مهم‌ترین اصل در زمینه بازاریابی را ایجاد یک تفاوتی بدانیم که برای مخاطب کاملا جذاب خواهد بود، با این حال برای متفاوت‌بودن، لازم است تا به دنبال اقدامی باشید که همسو با نوع کار شما نیز باشد. برای مثال از طریق هدیه‌دادن کلاه سنتی کشور ترکیه نیز می‌توان تفاوت ایجاد کرد با این حال آیا این اقدام همسویی لازم را با این حرفه به همراه خواهد داشت؟

۲- داستان‌سرایی کنید

اگرچه ممکن است تصور کنید که از تاریخ این نوع از بستنی چندین سال بیشتر نمی‌گذرد، با این حال جالب است بدانید که تاریخچه آن به قرن شانزدهم بازمی‌گردد. درواقع لباس‌های خاص و سنتی فروشندگان، کاملا ریشه در تاریخچه این بستنی دارد. با این حال شوخی با خریداران، ایده متفاوتی بوده است که باعث شده تا این بستنی به شهرتی جهانی دست پیدا کند. درواقع کارشناسان بر این باور هستند که وجود یک تاریخچه، به فروشندگان کمک کرده است تا بتوانند خریداران خود را با انواع داستان‌ها نیز سرگرم کنند. به همین خاطر شما نیز می‌توانید از یک میراث قدیمی، با کمی خلاقیت که به اصالت آن لطمه‌ای را وارد نخواهد کرد، یک جذابیت دوباره بخشیده و آن را به جاذبه‌ای جهانی تبدیل کنید. این امر نه‌تنها به رشد و حفظ فرهنگ بومی شما کمک خواهد کرد، بلکه درآمدی را نیز برای افراد مختلف به همراه داشته و منجر به رونق گردشگری در منطقه شما خواهد شد.

۳- تفاوت افراد توجه داشته باشید

با نگاهی به ویدئوهای منتشرشده از فروشندگان این نوع از بستنی‌ها، پی به یک نکته کوچک ولی بسیار مهم خواهید برد. درواقع زمان هر ویدئو با یکدیگر متفاوت بوده و برخی کاملا کوتاه است. اگرچه ممکن است این امر را کاملا تصادفی و به علت شیوه متفاوت فروش افراد فعال در این حوزه تلقی کنید، با این حال یک فلسفه کاملا درست در پشت آن وجود دارد. درواقع این امر یک واقعیت است که هیچ یک از خریداران شما با یکدیگر یکسان نبوده و همین امر باعث می‌شود تا رفتاری یکسان با آنها ابدا کارساز نباشد. درواقع با توجه به این امر که افراد مختلف از کشورها و فرهنگ‌های گوناگون به عنوان مشتری‌های این بستنی محسوب می‌شوند، ممکن است برخی از افراد از ظرفیت تحمل کمتری برخوردار باشند. به همین خاطر شوخی با آنها نباید بیش از حد طولانی شود. با این حال بسیاری از افراد دیگر تمایل دارند که این مدت‌زمان تا حد امکان طولانی شود. با این حال سوالی که مطرح است این است که فروشندگان چگونه متوجه زمان درست اتمام نمایش خود خواهند شد؟ پاسخ این سوال اگرچه کاملا ساده به نظر می‌رسد، با این حال کاملا هوشمندانه محسوب می‌شود. درواقع فروشندگان همواره توجه کافی به واکنش‌ها و حالت‌های چهره افراد دارند. به محض این امر که تغییر منفی صورت می‌گیرد، آنها متوجه این امر خواهند شد که باید اجرای خود را متوقف سازند. همین امر نیز باعث شده است تا امکان جلب رضایت حداکثری مهیا شود.

در آخر توجه داشته باشید که موفقیت در زمینه فروش، صرفا با اقدامات بزرگ و پرهزینه به دست نمی‌آید. درواقع تنها کافی است تا در حوزه کاری خود کمی خلاقیت را داشته باشید تا شما را به مشتری نزدیک‌تر کرده و ارتباطی دوستانه شکل گیرد. تحت این شرایط شما به موفقیتی دست پیدا خواهید کرد که حتی از تصورات نیز خارج خواهد بود. به همین خاطر به جای رویای پیدا کردن شغل پردرآمد، بهتر است تا نگاهی به وضعیت فعلی خود داشته و در تلاش برای پیدا کردن فرصت‌های موجود و یا فرصت‌سازی برای تغییری فوق‌العاده باشید.

منبع: nytimes



فعالیت سودآوری را داشته باشد. به عنوان نکته پایانی در این بخش، ذکر این نکته ضروری است که ایجاد و رشد صنایع مختلف، اقدامی زمان‌بر بوده و نیاز به منابع مالی بسیار بالایی دارد. برای مثال در حال حاضر در زمینه تولید

تلفن همراه دو برند اپل و سامسونگ حرف اول را در سرتاسر جهان می‌زنند. تحت این شرایط شما نمی‌توانید یک محصول ضعیف را به بازار معرفی کنید و انتظار داشته باشید که مورد توجه نیز قرار گیرد. برای بسیاری از کشورها به علت نبود شرایط لازم، فعالیت در بسیاری از صنایع مقرون به صرفه نخواهد بود. علت این امر به این خاطر است که محصول آنها کاملا پرهزینه بوده و این امر در حالی است که برندی دیگر، محصولی را با کیفیت بالاتر و قیمت کمتر تولید می‌کند. تحت این شرایط حتی افراد جامعه شما نیز رغبتی برای خرید نخواهند داشت، با این حال در زمینه گردشگری، داستان کاملا متفاوت بوده و فعالیت در آن الزاما به صرف هزینه‌های بالا نیاز نخواهد داشت. برای مثال یک روستا، عملا تغییر و یا امکانات خاصی را در خود ایجاد نمی‌کند و افراد تمایل دارند تا شرایط زندگی آنها را به همان صورتی که وجود دارد، ببینند. برای درک بهتر این موضوع، بهتر است تا نگاهی به منطقه چرنوبیل در کشور اوکراین داشته باشیم که در اثر بدترین حادثه هسته‌ای به وجود آمده است. بدون شک بازسازی این منطقه، امری غیرممکن بوده و نیاز به سرمایه بسیار بالایی دارد. اگرچه ممکن است تصور کنید که دیگر هیچ امکان رشدی برای آن وجود ندارد، با این حال جالب است بدانید که در حال حاضر این شهر به یکی از سه مقصد اصلی گردشگری سیاه‌بازدید از مناطقی که متحمل یک فاجعه بوده‌اند) در آمده که خود سودآوری بالایی را برای ساکنان آن به همراه داشته است. به همین خاطر حتی می‌توان از دل بدترین مناطق، یک جاذبه پرترفدار توریستی را ایجاد کرد. علت این امر نیز به خاطر تفاوت جوامع با یکدیگر است که خود به انگیزه‌ای برای بازدید تبدیل می‌شود. به همین خاطر نیز گفته می‌شود که گردشگری صنعتی عادلانه محسوب می‌شود که هر کشوری می‌تواند در رابطه با آن فعالیت کرده و سریعا به رشد دست پیدا کند. همچنین به علت سودآور بودن آن، امکان جذب سرمایه‌گذار با سهولت بسیار بالایی همراه است.

در آخر توجه داشته باشید اگرچه گردشگری صنعتی فوق‌العاده محسوب می‌شود، با این حال لازم است تا بر طبق اصولی درست رفتار کنید. در غیر این صورت مثبت‌بودن آن همیشگی نخواهد بود. برای مثال فعالیت صرفا سودجویانه، می‌تواند تاثیر محیط زیست‌گرایانه بودن این صنعت را کاملا نابود سازد. این امر درست نکته‌ای است که حوزه‌هایی نظیر اکوتوریسم به معنای سفر مسئولانه بر روی آن تاکید داشته و نباید تصور کرد که برای رسیدن به درآمد‌های بالا، مجاز به هر گونه فعلیتی خواهید بود. درواقع توصیه می‌شود که مطالعه کافی در این زمینه داشته و از مشورت گرفتن از افراد صاحب نظر، غافل نشوید.

منبع: market-width

در حالی است که گردشگری تنها صنعت سازگار به حفظ آن معرفی می‌شود. به همین خاطر اهمیت این صنعت، تنها به خاطر مسائل مالی نبوده و یک اقدام کاملا مهم در سطح جهان محسوب می‌شود.

۳- بالاترین میزان تنوع را دارد

وجود حوزه‌های بسیار متنوع، به این معنا است که تعداد افرادی که می‌توانند از طریق این صنعت به درآمدی دست پیدا کنند، بسیار زیاد است. برای مثال در حال حاضر می‌توان بیش از ۵۰ نوع گردشگری را نام برد که برای هر یک از آنها، نیاز به فعالیت صدها نفر است. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که در حال حاضر، توجه به محیط زیست در صدر نگرانی‌ها قرار گرفته است. این امر در حالی است که اکثر صنایع تاثیر مخرب زیادی را بر روی این موضوع دارند، با این حال از گردشگری به عنوان صنعت پاک نام برده می‌شود که در صورت اجرای درست آن، هر کشوری را می‌تواند به سمت توسعه پایدار سوق داده و جهان را به مکانی بهتر برای زندگی تبدیل کند. همچنین این صنعت وابستگی زیادی را به کار افراد مختلف داشته و این امر به معنای آن خواهد بود که رشد تکنولوژی، منجر به از دست رفتن شغل افراد و جایگزین شدن آنها با روبات‌ها نخواهد شد. این امر در حالی است که در تمامی صنایع شاهد این امر هستیم.

۴- صنعتی عادلانه و با امکان رشد بسیار بالایی محسوب می‌شود

بدون شک برای حضور در بسیاری از عرصه‌ها، امکانات حرف اول را زده و همین امر باعث می‌شود تا همه کشورها در صنعت‌ها عملا توان حضور و رقابت را نداشته باشند. برای مثال زاین از هیچ‌گونه نفتی برخوردار نبوده و همین امر باعث می‌شود تا از یک امکان بسیار ارزشمند کاملا بی‌بهره باشد، با این حال کشوری دیگر ممکن است از این ویژگی برخوردار باشد و در زمینه‌هایی که زاین در آن جزو برندهای برتر محسوب می‌شود، عملا حرفی را برای گفتن نداشته باشد. مثال‌هایی از این قبیل بسیار است. همچنین یک کشور کاملا خشک با آب و هوای نامساعد، شانسی را برای حضور در حوزه صنعت کشاورزی نخواهد داشت. این امر در حالی است که تمامی نقاط جهان، می‌توانند جاذبه‌ای توریستی باشد. بدون شک حضور توریست حتی یک جامعه روستایی را نیز می‌تواند بهبود بخشد. درواقع به نوعی می‌توان گفت که تمامی افراد یک جامعه، از این اتفاق سود خواهند برد. علت این امر به این خاطر است که یک توریست برای استفاده از محصول گردشگری، باید به منطقه مورد نظر سفر کند که این امر به معنای ارتباط آنها با مردم آن جامعه خواهد بود. بدون شک با بهبود وضعیت جامعه‌ها، کیفیت اتومبیل‌ها، امکانات رفاهی و... مردمان آن جامعه نیز به سطح بالاتری از رفاه دست پیدا خواهند کرد. درواقع به همان اندازه که مشاهده جنگل ممکن است جاذبه‌ای پرترفدار محسوب شود، بازدید از کویرها نیز می‌تواند افراد بسیاری را به سمت خود بکشاند. به همین خاطر نیز گفته می‌شود که هر کشوری می‌تواند در رابطه با صنعت گردشگری

به قلم: کشتی‌باز تاکور کارافین

مترجم: امیر آل علی

اگر بخواهیم در رابطه با بزرگ‌ترین و سودآورترین صنایع جهان صحبت کنیم، بدون شک اغلب افراد از مواردی نظیر تکنولوژی، کشاورزی، تسلیحات نظامی و حتی خودرو نام خواهند برد، با این حال واقعیت این است که در جهان امروز، گردشگری را باید بزرگ‌ترین و در عین حال مهم‌ترین صنعت به حساب آورد. همین امر نیز باعث شده است تا بسیاری از ثروتمندان جهان، خواهان حضور در این عرصه باشند. در همین راستا به بررسی دلایل ادعای خود خواهیم پرداخت.

۱- تمامی صنایع در ارتباط است

تاکنون نسبت به میزان ارتباط صنایع با یکدیگر فکر کرده‌اید، برای مثال آیا صنعت خودرو تاثیری بر روی صنعت تلفن‌های همراه دارد؟ بدون شک تنها می‌توان یکسری تاثیرات غیرمستقیم و محدود را برای این موضوع نام برد. برای مثال برای حمل تولیدات برندهای فعال در زمینه تولید تلفن‌های همراه از انواع وسایل نقلیه استفاده می‌شود، با این حال گردشگری بر روی رشد تمامی صنایع تاثیر بسیار زیادی دارد. برای مثال گردشگری نیاز به جدیدترین امکانات در زمینه حمل و نقل زمینی، هوایی، ریلی و دریایی دارد. همچنین در زمینه تکنولوژی، وجود انواع اپلیکیشن‌ها که تجربه سفر را برای یک مسافر لذت‌بخش‌تر خواهد کرد، به رشد شرکت‌های تولیدکننده تلفن همراه کمک شایانی را می‌کند و این موارد تنها برخی از ساده‌ترین ارتباطات گردشگری با صنایع مختلف محسوب می‌شود، با این حال هیچ صنعت دیگری تا این اندازه بر سایر بخش‌ها تاثیر مثبتی را نمی‌تواند به همراه داشته باشد. در آخر به خاطر داشته باشید که تمامی کسب و کارها و افراد از رواج گردشگری در منطقه خود سود خواهند برد.

۲- به افزایش صلح جهانی و حفظ محیط زیست کمک خواهد کرد

یکی از الزامات اولیه در زمینه گردشگری، وجود امنیت است. همین امر نیز باعث می‌شود تا کشورها به نوعی به سمت صلح با یکدیگر سوق داده شوند. برای مثال توافق‌نامه شینگن در همین راستا صورت گرفته است. بر طبق آنچه چندین کشور اروپایی که تعداد آنها در حال حاضر به ۲۶ کشور رسیده است، امکان بازدید بدون نیاز به پاسپورت را فراهم آوردند که خود اقدامی بزرگ در راستای نیاز گردشگران بوده است. همچنین افزایش صلح جهانی، برای رشد کشورها و صنایع آنها نیز بسیار تاثیرگذار خواهد بود. برای مثال اگر زاین درگیر جنگ شود، بدون شک عملکرد صنایع بزرگ آن نظیر شرکت تویوتا نیز با مشکلاتی جدی مواجه خواهد شد، با این حال فعالیت جدی این کشور در زمینه جذب توریست، به بهبود روابط آن با سایر کشورها و تلاش برای حفظ امنیت منجر شده است. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که در حال حاضر حفظ محیط زیست به مسئله اول جهان تبدیل شده و این امر

اخبار

فعالیت ۷۲ اتوبوس و بیش از ۲ هزار تاکسی در گرگان



گرگان - خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری گرگان از فعالیتهای ۷۲ اتوبوس و بیش از ۲ هزار تاکسی در گرگان خبر داد. به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی روابط عمومی شهرداری گرگان، مهدی کمال‌غریبی اظهار کرد: ۷۲ دستگاه اتوبوس و ۲ هزار و ۹۴۲ تاکسی در سطح شهر برای خدمات رسانی به شهروندان فعالیت می‌کنند. وی با بیان اینکه اتوبوس‌ها از ساعت ۶ صبح تا ساعت ۲۰ هر روز در ۲۲ تا ۴۸۸ ایستگاه در سطح شهر فعال هستند، گفت: زمان انتظار برای اتوبوس در گرگان به طور میانگین بین ۱۵ تا ۲۰ دقیقه است. رئیس سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری گرگان تصریح کرد: در تلاش هستیم با افزایش ناوگان حمل و نقل عمومی زمان انتظار مسافران به ۱۰ دقیقه کاهش یابد. کمال‌غریبی با اشاره به اینکه در حال حاضر برنامه‌ای برای افزایش نرخ کرایه نداریم، گفت: تاکسی‌های تک سوز ماهیانه ۴۰۰ لیتر و تاکسی‌های دوگانه سوز ۲۰۰ لیتر سهمیه دارند. وی اضافه کرد: پیمایش روزانه تاکسی‌ها به طور میانگین بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ کیلومتر است که در این صورت تاکسی بین ۲۰ الی ۳۰ لیتر بنزین مصرف می‌کند؛ بنابراین اگر میزان سهمیه تاکسی‌ها به ۶۰۰ لیتر افزایش یابد، عمده مشکلات کاهش خواهد یافت. رئیس سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری گرگان با بیان این که آمار جایابی روزانه اتوبوس ۷۲۵ نفر و تاکسی ۱۲۵ نفر است، ادامه داد: میانگین عمر ناوگان تاکسی گرگان بین ۹ الی ۱۰ سال و عمر اتوبوس‌ها با توجه به نوسازی انجام شده با حمایت شهردار گرگان ۸.۵ سال است. کمال‌غریبی با تاکید بر این که عمر ناوگان ما نسبت به سایر شهرها قابل قبول است، از برنامه ریزی برای خرید ۲۰ دستگاه اتوبوس جدید و بازسازی ۱۰ دستگاه اتوبوس با تاکید و حمایت شهردار گرگان در سال ۹۹ خبر داد.

اجرای پروژه فضای سبز بلوار «خلیج گرگان»

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان از اجرای پروژه فضای سبز بلوار «خلیج گرگان» خبر داد. به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی روابط عمومی شهرداری گرگان، یحیی ستوده‌نیا اظهار کرد: این پروژه در امتداد بزرگترین پروژه تاریخ شهرداری گرگان در حال اجراست که سعی شده تا از عناصر کم‌نهاد و همچنین گیاهان مقاوم و مناسب با شرایط بومی گرگان استفاده شود. رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان تاکید کرد: صرفه جویی در مصرف آب برای نگهداری گیاهان کاشته شده یکی از معیارهایی است که به آن توجه خاصی شده و در حد امکان از سطح کاشت چمن کاشته شده و گیاهان کم نیاز به آب جایگزین شده اند. به گفته وی، در این پروژه عظیم مساحت ۱۰ هزار و ۱۵۲ متر مربع فضای سبز اجرا شده که گیاهان مقاومی چون زرشک زینتی، پامپاس گرس، یاس هلندی، ارغوان و... برای ایجاد فضای سبز و زیباسازی مورد استفاده قرار گرفته است.

برگزاری ۵۰ جلسه تعالی در شرکت گاز استان ایلام



ایلام-منصوری: به منظور حفظ آمادگی کارکنان و کمیته های مختلف تعالی شرکت گاز استان در خود ارزیابی حضور در سومین دوره ارزیابی سرآمدی و بهبود مستمر شرکت ملی گاز ایران، پنجاهمین جلسه تعالی با حضور مدیر عامل شرکت و دبیران کمیته های مختلف برگزار گردید. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان ایلام، عباس شمس الهی مدیر عامل شرکت گاز استان از آمادگی کارکنان شرکت جهت حضور در خودارزیابی تعالی سازمانی خبر داد و گفت: خودارزیابی جهت شناسایی نقاط قوت و قابل بهبود است که کارکنان شرکت قبل از انجام ارزیابی نهایی خود را محک می زنند و با شناسایی نقاط ضعف و قابل بهبود، به اصلاح آنها اقدام می نمایند. وی گفت شرکت گاز استان ایلام براساس مأموریت و چشم انداز خود جهت پاسخگویی به نیازهای ذینفعان از طریق استقرار سیستم های مدیریتی و تعالی سازمانی جهت دستیابی به اهداف و کسب حداکثری رضایت ذینفعان و بهبود مستمر، از ابتدای سال تا کنون ۵۰ جلسه در کمیته های مختلف برگزار نموده است. شمس الهی با اعلام اینکه شرکت گاز استان ایلام در دومین دوره ارزیابی سرآمدی و بهبود مستمر موفق به دریافت جایزه ۳ ستاره تعالی شده است و با همت و تلاش مضاعف کارکنان هم اکنون در مسیر کسب جایزه ۴ ستاره تعالی قدم برمی دارد.

برگزاری جلسه هیئت مدیره شرکت گاز استان مرکزی در شهرستان ساوه

اراک - مینورستمی: باجلسه هیئت مدیره شرکت گاز استان مرکزی در ساختمان اداره گاز شهرستان ساوه برگزار گردید و مسائل و مشکلات مربوط به حوزه گازرسانی در سطح این شهرستان مورد بررسی قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی «دوست و شمت و یکمین جلسه هیئت مدیره این شرکت باحضور رعیتی معاون مهندسی مدیریت گازرسانی ورئیس هیئت مدیره ، سیمعی مدیرعامل ونایب رئیس هیئت مدیره و اعضای هیئت مدیره این شرکت با موضوع بررسی مسائل و مشکلات مربوط به حوزه گازرسانی در سطح شهرستان ساوه همچنین دیدارو گفتگو وجلسه پرسش وپاسخ باکارکنان ناحیه ساوه برگزار گردید.برپایه این گزارش درابتدای جلسه محمدرضا سیمعی مدیر عامل شرکت گازاستان مرکزی ضمن ارائه عملکرد شرکت، ارائه خدمات مستمر در حوزه گازرسانی به مشترکین محترم را مهمترین دغدغه این شرکت دانست و در این خصوص گفت:خدمات رسانی به مردم شریف شهرستان ساوه واستان از بالاترین اولویتهای کاری کارکنان شرکت گاز استان مرکزی می باشد.شایان ذکر است در ادامه اعضای هیئت مدیره شرکت ضمن دیدار با میزبانی فرماندارویژه شهرستان ساوه و همچنین حجت الاسلام والمسلمین حسینی امام جمعه معظم این شهر باز چندین کارخانه صنعتی و صنایع منتخب مرتبط با صنعت گاز درشهر صنعتی کاوه بازدید نموده و از نزدیک در جریان کارایشان قرار گرفتند .

ارائه خدمت حذف رمز کارت هوشمند سوخت به ۱۲هزار نفر از شهروندان استان قزوین

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه قزوین از حذف رمز ۱۲ هزار کارت هوشمند سوخت از ابتدای طرح مدیریت مصرف سوخت در چهار ناحیه تحت پوشش این منطقه خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین، ابراهیم دژرفنار اظهار داشت: تعداد ۱۲هزار کارت از ابتدای اجرای طرح و با توجه به ضرورت استفاده از کارت هوشمند سوخت توسط مالکان خودروهای شخصی در سطح نواحی این منطقه رمز کنشایی شده است. وی از تلاش بی وقفه کارکنان این منطقه و فعال بودن دستگاه‌های حذف رمز در سطح نواحی چهار گانه استان خبر داد و افزود: پرونده‌های رمز کارت خود را فراموش کرده‌اند، می‌توانند با در دست داشتن مدارک خودرو (اصل کارت ماشین، کارت ملی مالک خودرو و کارت سوخت) به یکی از نواحی چهارگانه قزوین، تاکستان، بوئین زهرا و آوج مراجعه و نسبت به حذف رمز کارت سوخت خود اقدام کنند. مدیر شرکت پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین تصریح کرد: مالکان خودروهایی که تاکنون برای دریافت کارت سوخت اقدام نکرده‌اند، می‌توانند با در دست داشتن مدارک مورد نیاز به دفاتر پلیس ۱۰+ مراجعه و در خواست صدور کارت سوخت نمایند.

به مناسبت چهارمین سال ثبت رشت به عنوان "شهر خلاق خوراک شناسی" یونسکو؛ نخستین گردهمایی تخصصی خوراک رشت برگزار می شود

رشت- زینب قلیپور: مدیریت برنامه های یونسکو در شهر خلاق خوراک شناسی رشت در فراخوانی از همه سرآشپها، آشپزها، رستوران داران و کافی شاپ های این شهر خلاق دعوت کرد تا در نخستین گردهمایی تخصصی خوراک رشت شرکت نمایند.این گردهمایی ساعت ۱۵:۳۰ روز چهارشنبه بیستم آذر ماه امسال(۱۳۹۸) در تالار گفتمان شهرداری رشت برگزار خواهد شد.شایان گفتن است از مزایای حضور و شرکت در این گردهمایی، دعوت به شرکت برای جشنواره خوراک شناسی بین المللی راه ابرشم در فروردین ماه ۱۳۹۹ و عضویت رایگان در باشگاه مشتریان شهر خلاق خوراک شناسی رشت است.گفتنی اینکه شماره تماس دبیرخانه نخستین گردهمایی تخصصی خوراک رشت ۰۹۶۰۳۱۷۱۵۴۵ و ۰۱۳ ۳۳۲۷۲۵۸۹۱ بوده و علاقه مندان برای دریافت اطلاعات بیشتر و ثبت نام می توانند با این شماره ها تماس بگیرند.این گردهمایی به وسیله مدیریت برنامه های یونسکو در شهر خلاق خوراک و با همکاری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان برگزار خواهد شد.

مدیر کل بیمه سلامت استان بوشهر:

پرداخت ۱۳۰ میلیارد ریال از مطالبات موسسات طرف قرارداد بیمه سلامت استان بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: اداره کل بیمه سلامت استان بوشهر ۱۳۰ میلیارد ریال از مطالبات موسسات تشخیصی درمانی طرف قرارداد را پرداخت کرد. به گزارش روابط عمومی مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر گفت: از این میزان ۳۳میلیارد ریال مربوط به خدمات سطح یک و پزشکان خانواده است که به شبکه های بهداشت و درمان و دانشگاه علوم پزشکی پرداخت شده است. دکتر پرویز رضایی با اشاره به اینکه از ابتدای سال جاری تا کنون ۷۶۰ میلیارد ریال از مطالبات موسسات طرف قرارداد پرداخت شده است افزود: از این میزان پرداختی، مبلغ ۶۳۰ میلیارد ریال آن مربوط به مطالبات موسسات دولتی است که تا مرداد ماه مطالبات این موسسات پرداخت و تسویه شده است. مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر همچنین در خصوص مطالبات موسسات تشخیصی درمانی بخش خصوصی طرف قرارداد استان نیز گفت: مطالبات سالجاری بخش خصوصی نیز تا شهریورماه پرداخت شده است و این سازمان در تلاش است تا با پرداخت به موقع مطالبات موسسات و مراکز تشخیصی درمانی طرف قرارداد علاوه بر رضایت مندی این موسسات در جهت ارتقاء سطح کیفی خدمات ارائه شده به بیمه شدگان گام بردارد.



رئیس سازمان جهادکشاورزی استان آذربایجان شرقی:

تفکر و فرهنگ بسیجی مورد تاکید امام راحل(ره) باید به یک فرهنگ عامه مردم تبدیل شود



تبریز - ماهان فلاح: رئیس سازمان جهادکشاورزی استان آذربایجان شرقی گفت: تفکر بسیج و فرهنگ بسیجی مورد تاکید امام راحل(ره)، باید به یک فرهنگ عامه مردم تبدیل شود. اکبر فتحی در جلسه شورای پایگاه ۵۷ فجر سازمان جهادکشاورزی آذربایجان شرقی ضمن گرمی داشت یاد و خاطره حضرت امام خمینی(ره) رهبر کبیر انقلاب اسلامی به عنوان معمار و طراح تفکر بسیجی در جامعه ایرانی بعد از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی و بیان این مطلب گفت: بسیج در ادوار و مقاطع حساس نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران نقش موثر و مطلوبی بر جای گذاشته است، هر روز که از عمر پربرکت حکومت اسلامی می گذرد اهمیت بسیج و نیروهای مردمی در حفظ و حراست از آرمانهای بزرگ انقلاب اسلامی و اجرای احکام اسلامی در جامعه بیشتر و بیشتر خودنمایی می کند. فتحی، افزود: بنیانگذار کبیر انقلاب اسلامی با آینده نگری و وسعت دید توانست تفکر بسیجی و فرهنگ بسیج را در کشور نهادینه نماید، تفکری که از بدو تشکیل تا به الان تأثیرات چشمگیری در جامعه ایرانی داشته است. وی ادامه داد: باید در ارزیابی ها و انجام وظایف قانونی خود این مهم را در نظر داشته باشیم که تا چه حد توانسته ایم تفکر بسیجی و فرهنگ بسیج را در حوزه های کاری خود عملیاتی نمائیم. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان گفت: بسیج به

برای اولین بار در کشور اعلام خاموشی ها هوشمندانه شد

سیام خاموشی های مشترکین شهر اصفهان را نقطه به نقطه اعلام می کند



اصفهان - قاسم اسعد: امروزه انرژی برق جز لاینفک زندگی انسانهاست و لحظه به لحظه زندگی بشر امروز به انرژی برق گره خورده است و در صورتی که برق در زندگی ما حذف شود کمترین اثر آن این است که با غروب خورشید سازه ترین کارها به دشوار ترین فعالیت ها تبدیل می شود و زندگی فرایند لاک پشتی به خود می گیرد پس باید تدابیر و رفتار مناسب را برای دوام و پایداری این انرژی به کار گیریم . پس از دهه ۶۰ دیگر شاهد کمبود برق نبودیم تا اینکه در تابستان ۹۷ مردم در برخی از اوقات شاهد کمبود انرژی برق و مشکلات مربوط به آن بودند که پس از مدتی با همراهی مردم و تلاش کارکنان صنعت برق گذر از یک سال ۹۷ محقق شد سپس برنامه ها ،پیشنهادات و الزامات مختلفی برای برون رفت و ارتقا هر چه بیشتر پایداری شبکه و برقر رسانی مداوم به بحث و بررسی گذاشته شد و مدیران و مجموعه صنعت برق برای آن راهکارهای ویژه ای یافتند. مهندس حمید رضا پیرپیران مدیر عامل شرکت به اهمیت برق رسانی پایدار و مطمئن در شرکت توزیع برق اصفهان اشاره کرد و گفت :چشم انداز ۷ گانه ای برای افق ۱۴۰۵ در شرکت ترسیم شده

با حضور استانداران قم صورت گرفت:

آغاز احداث خط انتقال اضطراری فاضلاب مسکن مهر پردیسان



قم - خبرنگار فرصت امروز: آیین کلنگ زنی خط انتقال اضطراری فاضلاب مسکن مهر پردیسان با حضور بهرام سرمست استاندار قم، محسن بهشتی معاون عمرانی استاندار و عبدالله جلالی رئیس شورای اسلامی شهر قم و جمعی از مسئولان استان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان قم، علی جان صادق پور در این مراسم در سخنانی به مشکلات جدی دفع اصولی و بهداشتی فاضلاب پردیسان اشاره کرد و گفت: در سال‌های گذشته تلاش زیادی برای اجرای شبکه‌های فرعی و خطوط اصلی فرعی فاضلاب برای رفع این مشکل به انجام رسانده است. وی احداث تصفیه‌خانه و خط انتقال را از برنامه‌های آبیاری استان برای رفع مشکلات فاضلاب پردیسان دانست و اظهار داشت: مشکل اختصاص زمین برای احداث تصفیه‌خانه رفع شده است و به زودی با انجام مراحل قانونی اعتبارات را از ردیف بودجه عمرانی سال آینده قرار خواهد گرفت. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان

خالق آثار نمایشگاه بیت نگار شاهرود:

درک هنر کمتر از خلق اثر هنری نیست



شاهرود- حسین بابامحمدی: استاد حوزه ادبیات و خالق آثار نمایشگاه بیت نگار در گفتگو با خبرنگار ما گفت: با شعر شمیم یار به صورت حرفه ای و تخصصی وارد عرصه سرودن شعر شدم و با دنیا نقاشی از لایزالای کوچه باغ های شعرهایم آشنا شدم. سمانه سنگجولی در ادامه گفت: هر اثر ارزش خاص خود را دارد، آن اثری که پیش زمینه اش تفکر باشد بسیار با ارزش است، وی در ادامه اظهار داشت: درک هنر کمتر از خلق اثر هنری نیست، مردم شاهرود بسیار مهربان، مهمان نواز، هنر پرور و هنر شناس هستند و شاهرود شهری عالم خیز است و از شاهرود به تمام نقاط استان سیمان سفر خواهد کرد و هنرمند به نمایش خواهیم گذاشت با این هدف که برای شعر هم می شود نمایشگاه برپا کرد، همینطور که شعر را با موسیقی تلفیق داده ایم. خالق آثار نمایشگاه بیت نگار بیان داشت: با مضمون های حکمی، عاشقانه، عرفانه و تضمین گرفته از آیات قرآن از شعر به نقاشی رسیدم و این به عنوان شغل من محسوب نمی شود بلکه

دانشکده داروسازی استان همدان ۴۴۹ نفر دانشجو دارد



همدان - خبرنگار فرصت امروز: دانشکده داروسازی علوم پزشکی استان همدان در سال ۱۳۸۷ برای تربیت نیروی انسانی در حرفه داروسازی به جهت ارتقا کیفیت خدمات دارویی و درمانی استان تأسیس شد. رئیس دانشکده داروسازی استان همدان گفت: دانشکده در سال ۱۳۸۹ با ورود اولین دانشجو، رسماً فعالیتهای را آغاز و تا کنون ۱۱ دوره دانشجو داشته است. ۴۴۹ نفر دانشجو در زمینه داروسازی مشغول به تحصیل هستند که از این تعداد ۲۵۴ نفر دانشجوی دوره روزانه، ۱۶۵ نفر دانشجوی پردیس بین الملل، ۳۰ نفر دانشجوی غیر ایرانی و ۱۷ نفر دانشجوی تحصیلات تکمیلی (فوق لیسانس رشته سم شناسی و شیمی دارویی) می باشند. دکتر کتایون درخشنده درباره فضای فیزیکی دانشکده داروسازی بیان کرد: دانشکده داروسازی ۸ هزار مترمربع فضا دارد که در بخش از این فضا کتابخانه ۲۲۰ متر مربعی در دو طبقه با سالنهای مطالعه مجزا وجود دارد که در آن کتب فارسی و لاتین، ای بوکها و مقالات لاتین الکترونیک در حد استاندارد و حتی فراتر از آن موجود می باشد و همچنین در این دانشکده ۱۹ آزمایشگاه آموزشی و پژوهشی

یعنی بسیجیان فقط برای رضای پروردگار متعال انجام وظیفه می کنند نه برای رضای خلق خدا. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان، بیان داشت: بسیج و تفکر بسیجی چه در بین نیروهای اصلاح طلب و چه در بین اصولگرایان یکسان و یکنواخت است، اگر حرکت و اقدامات این دو جناح منصفانه و در راستای اعتلای اهداف نظام باشد بسیج از هر دو جناح مطرح در شالوده حکومت اسلامی پشتیبانی و حمایت می کند. وی تاکید کرد: انجام کارهای فرهنگی و تبلیغی باید در اولویت کاری بسیج باشد، تبلیغ، تذکر و یادآوری جانفشانی ها و از جان گذشتگی شهدای انقلاب، جنگ تحمیلی، شهدای حرم و شهدای امنیت، می تواند در روشنگری و ترویج افکار عمومی و مخصوصاً جوانان این مرز و بوم مفید و موثر باشد و بایستی توجه ویژه ای به این موارد اعمال گردد. وی برگزاردی اردوهای فرهنگی و هنری و اعزام کاروان راهیان نور به مناطق جنگی جنوب و غرب کشور را جهت ترویج تفکر بسیجی ضروری دانست. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان همچنین گفت: به گفته بزرگان نظام مقدس جمهوری اسلامی، سپاه پاسداران و جهاد دو بال انقلاب هستند لذا وظایف و مسئولیت ما جهت فرهنگ سازی تفکر بسیجی در بین اقشار مختلف مردم نسبت به سایر سازمانهای دولتی سنگین تر و بیشتر است.

اقلیم و گرمای بیش از حد موجب شد که تابستان سال ۹۷، مدیریت اضطراری بار صورت گیرد وی تصریح کرد: پس از گذر از یک سال ۹۷ با استفاده از تجربیات آن تابستان داغ و برنامه ریزی بلند مدت و همه جانبه برای عدم تکرار آن در اولین روز آبان ماه در جلسه ای با حضور وزیرمحترم نیرو دکتر اردکانیان و مدیر عامل شرکت توانیر مهندس متولی زاده در جمه مدیران ارشد صنعت برق کشور در راستای برنامه گذر از پیک ۹۸ برگزار شد که به هر کدام از شرکت ها علاوه بر مأموریت های عمومی و کلی مأموریت های ویژه ای بر اساس نوع فعالیت ها و تخصص آن شرکت ابلاغ شد و شرکت توزیع برق اصفهان نیز دو مأموریت ویژه را که شامل الزام تدوین دستورالعمل های و روش های اطلاع رسانی و پاسخگویی به مشترکین و دیگر تدوین شاخص ها دستورالعمل های روتین پذیری شبکه می باشد را عهده دار شد و از آنجا که اطلاع رسانی و پاسخگویی به مشترکین در حوزه روابط عمومی می باشد به صورت ویژه این مأموریت به دفتر روابط عمومی شرکت تفویض گردید که توضیحات تکمیلی را مبدی این دفتر در اختیارتان قرار می دهند .

شده را ندارد، گفت: برای اتصال ۱۲ هزار واحد مسکن مهر که به شبکه متصل نیستند تصمیم گرفتیم ۴ کیلومتر از خط انتقال موجود را که ظرفیت لازم را ندارد تعویض کنیم.

صادق پور با بیان اینکه امروز با حضور استاندار در صورت رسمی اجرای این خط لوله آغاز شد، اظهار داشت: این پروژه با ۲۵۰ میلیارد اعتبار ظرف ۶ ماه به اجرا خواهد رسید و به صورت موقت مشکل تمام واحدهای مسکن مهر و پردیسان را برطرف خواهیم کرد.

وی در عین حال با بیان اینکه این پروژه به صورت موقتی مشکل فاضلاب پردیسان را رفع می کند، گفت: با تکمیل شبکه فاضلاب شهر قم این ظرفیت را در آینده از دست می‌دهیم و باید تصفیه‌خانه فاضلاب خاص شهر پردیسان را به زودی احداث کنیم. استاندار قم نیز در این مراسم ضمن قدردانی از زحمات صورت گرفته، خواستار تکمیل هرچه زودتر این پروژه و رفع مشکلات فاضلاب شهر پردیسان شد.

است، سرودن شعر پس از پایان کار خوشنویسی یکی از ویژگی‌های شاخص این هنرمند است. وی با بیان این که در این نمایشگاه، ۲۰ اثر به نمایش گذاشته شده، ادامه داد: نمایشگاه بیت نگار از ۱۴ تا ۲۰ آذرماه، صبح‌ها از ۹ تا ۱۳ و عصرها از ساعت ۱۶ تا ۲۰ در گالری سیب مجتمع فرهنگی هنری مهر برای بازدید علاقمندان این هنر دایر است. مهدیان تصریح کرد: اشعار سمانه سنگجولی در قالب غزل، مثنوی و برگرفته از دریافت‌های این شاعر است. وی افزود: شعر بر آن است که شعر جدای از نقاشی نیست و استعاره قلمی است که شاعر در شعر با آن نقش می‌زند. رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان شاهرود خاطر نشان کرد: ملتسمات، مروراید قرن نهم، مثنوی سایه‌ها، ناآوری مروراید و آفتاب مثنوی از آثار منظوم، مکتوب و نوشته های این شاعر است. در شهرستان شاهرود ۹ انجمن فرهنگی و هنری فعال و ۵۰ کانون فرهنگی و هنری مساجد زیر نظر اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی کار می کنند.

دانشکده داروسازی استان همدان ۴۴۹ نفر دانشجو دارد



همدان - خبرنگار فرصت امروز: دانشکده داروسازی علوم پزشکی استان همدان در سال ۱۳۸۷ برای تربیت نیروی انسانی در حرفه داروسازی به جهت ارتقا کیفیت خدمات دارویی و درمانی استان تأسیس شد. رئیس دانشکده داروسازی استان همدان گفت: دانشکده در سال ۱۳۸۹ با ورود اولین دانشجو، رسماً فعالیتهای را آغاز و تا کنون ۱۱ دوره دانشجو داشته است. ۴۴۹ نفر دانشجو در زمینه داروسازی مشغول به تحصیل هستند که از این تعداد ۲۵۴ نفر دانشجوی دوره روزانه، ۱۶۵ نفر دانشجوی پردیس بین الملل، ۳۰ نفر دانشجوی غیر ایرانی و ۱۷ نفر دانشجوی تحصیلات تکمیلی (فوق لیسانس رشته سم شناسی و شیمی دارویی) می باشند. دکتر کتایون درخشنده درباره فضای فیزیکی دانشکده داروسازی بیان کرد: دانشکده داروسازی ۸ هزار مترمربع فضا دارد که در بخش از این فضا کتابخانه ۲۲۰ متر مربعی در دو طبقه با سالنهای مطالعه مجزا وجود دارد که در آن کتب فارسی و لاتین، ای بوکها و مقالات لاتین الکترونیک در حد استاندارد و حتی فراتر از آن موجود می باشد و همچنین در این دانشکده ۱۹ آزمایشگاه آموزشی و پژوهشی

نوآوری‌های استارت‌آپی به مدد محرومیت‌زدایی آمد



معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با فعالان فناور و جوان مجموعه جهادی امام رضا(ع) که با فعالیت‌های استارت‌آپی در زمینه توسعه روستایی و رفع محرومیت با ایجاد بستر حمایت از حاشیه‌نشینان و نیازمندان فعال است، دیدار و گفت‌وگو کرد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با فعالان جوان و استارت‌آپی قرارگاه جهادی امام رضا(ع) کند دیدار و گفت‌وگو کرد. این قرارگاه، با رویکردی نوآورانه و استارت‌آپی در زمینه محرومیت‌زدایی و کمک به رونق اقتصاد روستایی با کمک استارت‌آپ‌ها و شتابدهنده نوآوری فعالیت می‌کند.

استارت‌آپ سایه، زیرساختی استارت‌آپی برای شبکه‌سازی و تعامل خیریه‌ها، برای شناسایی و کمک به رفع محرومیت، با هدف اتصال توان‌نمندان به نیاز نیازمندان طراحی و پیاده‌سازی شده است.

بر بستر این استارت‌آپ، بیش از ۱۵۰۰ موسسه خیریه به تعامل با یکدیگر می‌پردازند و ضمن ایجاد شبکه‌ای از اطلاعات محرومین و نیازهای‌شان، خواست‌های بیش از ۱۰ هزار نیاز حاشیه‌نشین و نیازمند را به مدد بیش از ۳۱ هزار خیر مردمی در این زیست‌بوم تأمین کردند.

«روستاپ» دیگر پلتفرم استارت‌آپی است که ظرفیتی را برای فروش محصولات و دستاوردهایی که توسط روستاییان تولید می‌شوند فعال است. این استارت‌آپ، بر یک بستر فروش دیجیتال برای این محصولات در سطح داخلی و بین‌المللی بازارسازی می‌کند.

در این استارت‌آپ کالاهایی با فساد دیرتر و دارای ظرفیت بالقوه فروش انبوه، به فروش می‌رسد و به طور متوسط در هفته ۵۰ تن فروش دارد.

همچنین استارت‌آپ «شبکه تجارت پارسی» ظرفیتی ایجاد کرده است که محصولات روستایی را به بازارهای بین‌المللی عرضه کند. این پلتفرم سنجش بازار، با کمک رساندن محصولات به استانداردهای عرضه و تولید و ایجاد تعامل با بازارهای بین‌المللی زمینه ورود محصولات روستایی به این بازارها را فراهم می‌کند.

ایجاد شبکه حمل و نقل بار با ایجاد استارت‌آپ «بردبار» نیز شبکه‌ای است که با استفاده از ظرفیت‌های موجود در حمل و نقل زمینی، ریلی و هوایی روند حمل و نقل را تسهیل می‌کند.

قرارگاه جهادی امام رضا (ع)، نخستین گروه جهادی محرومیت‌زدایی است که با استفاده از ظرفیت استارت‌آپی و شتابدهنده‌ها برای کمک به آبادانی کشور فعالیت می‌کند.

هدف این مجموعه جهادی، رفع محرومیت است و با ایجاد بستری برای فعالیت مجموعه‌ای از استارت‌آپ‌ها، رفع آسیب‌های حاشیه‌نشینی و حل مشکلات اجتماعی در حاشیه شهرها و روستاها را دنبال می‌کند.

استارت‌آپی با توانمندی تبلیغات هوشمند

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری همچنین به دفتر کار شرکت «تپسل» رفت و با فعالان فناور این استارت‌آپ به گفت‌وگو نشست.

تپسل، یک شبکه هوشمند تبلیغات دیجیتال است که کار خود را با ارائه سرویس تبلیغات ویدئویی درون‌برنامه‌ای، برای اولین بار در ایران، شروع کرده است. ارائه طیف وسیعی از راهکارهای تبلیغات دیجیتال از فعالیت‌های این شرکت فعال در حوزه تبلیغات هوشمند به شمار می‌رود. هدف این شرکت، ارائه تبلیغ موثر و مفید در فضای مجازی است و اکنون با بیش از یک میلیون کاربر فعال و همکاری با بیش از ۶۰۰ وبسایت اینترنتی، در زمینه تبلیغ اثرمند و هوشمند فعالیت می‌کند.

ورود فناوری شرکت‌های دانش‌بنیان و تجهیزات ایران ساخت به عرصه مبارزه با مواد مخدر

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با رئیس ستاد مبارزه با مواد مخدر، درباره همکاری‌های این ستاد برای کشف علمی و فناورانه مواد مخدر با استفاده از توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی گفت‌وگو کردند. در این بازدید بر استفاده از دانش و فناوری بومی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها به طوری که وابستگی در حوزه کشف، پایش و مبارزه را به پایین‌ترین حد ممکن برساند، تأکید و توافق شد.

در بخش دیگری از این بازدید، مقدمات برای همکاری آزمایشگاه‌های ستاد مبارزه با مواد مخدر و شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فراهم شد. این شبکه آزمایشگاهی بیش از ۶۰۰ آزمایشگاه مجهز و ۱۲ هزار تجهیز آزمایشگاهی را شبکه‌سازی کرده است و ضمن ارائه خدمات آزمایشگاهی به سراسر کشور، خدمات ارائه‌شده در بستر خود را با تسهیلات ویژه به نخبگان، دانشگاهیان، شرکت‌های دانش‌بنیان و پژوهشگران ارائه می‌دهد. ستاد مبارزه با مواد مخدر نیز علاوه بر آزمایشگاه مرکزی، در ۲۸ استان آزمایشگاه مستقل مجهز و مستقل دارد که می‌تواند با شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در زمینه، آنالیز مواد کشف‌شده همکاری کند.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در حاشیه این بازدید با بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در ارائه پیشرفته‌ترین فناوری‌ها برای کشف و شناسایی مواد مخدر توانمند هستند، اظهار کرد: از ورود فناوری و نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان به حوزه کشف، تشخیص و شناسایی حمایت می‌کنیم.

ستاری همچنین به ایجاد بازار برای خدمات و محصولات دانش‌بنیان ایران ساخت این حوزه تأکید کرد و گفت: ظرفیت بسیار خوبی در شرکت‌های دانش‌بنیان شکل گرفته است که ستاد مبارزه با مواد مخدر می‌تواند بازار خوبی برای این شرکت‌ها ایجاد کند.

همزمان با روز دانشجو، ناحیه نوآوری در حوزه دامپزشکی و زیست‌پزشکی ایجاد می‌شود

در ادامه بازدیدها پژوهشکده تحقیقات زیست‌پزشکی میزبان سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری شد. در این بازدید، ایجاد ناحیه نوآوری و حمایت از کسب و کارهای دانش‌بنیان حوزه دامپزشکی کلید خورد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در بازدید از این پژوهشکده گفت: زیست‌بومی که در زیست‌فناوری و داروهای انسانی شکل گرفته و دانش‌آموختگان داروسازی را در کشور ماندگار کرده است، باید در حوزه فرآورده‌های دانش‌بنیان حیوانی نیز شکل بگیرد.

رئیس ستاد زیست‌فناوری همچنین با تأکید بر تأمین نیازهای کشور در حوزه فرآورده‌های غذایی و دارویی حیوانی ادامه داد: در حوزه دام، طیور و آبزیان وابستگی‌های جدی داریم و ظرفیت بسیار خوبی در این حوزه برای اشتغال و ثروت‌آفرینی توأم با تأمین نیازها وجود دارد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین بیان کرد: برای تأمین اولویت‌ها راهی طولانی در پیش داریم و این راه با حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌هایی که بخش خصوصی سرمایه‌گذار آنها است کوتاه می‌شود. البته هر کدام از نیازهای دارویی، فرصتی برای ایجاد اشتغال و ارزش افزوده و خودتکایی است که بخش‌های مختلف از جمله پژوهشگاه‌ها، باید بستری فراهم کنند که بخش خصوصی بتواند با سرمایه‌گذاری روی ایده‌های نوآورانه، نیازها را به محصول و اشتغال بدل کند.

ستاری، با اشاره به اینکه الگوی حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و فعالیت در زیست‌بوم نوآوری، در تأمین فرآورده‌های پیشرفته «ایران ساخت» حوزه دارو اثرگذار بوده است، افزود: بهمن ماه سال جاری، نخستین کارخانه آنزیم کشور به عنوان تأمین‌کننده یکی از راهبردی‌ترین نیازهای دامی آغاز به کار می‌کند؛ سال جاری همچنین نخستین واکسن «ایران ساخت» و سال آینده نیز چهار واکسن دیگر به بازار دارویی کشور روانه خواهد شد.

به اعتقاد معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، این موفقیت با سپردن کار به بخش خصوصی ممکن شد. به میدان آمدن بخش خصوصی و حمایت از ایده‌های نوآورانه تولید محصول اثرمند را ممکن می‌کند و در این بستر فکری، به طور کامل برای حمایت و همکاری آمادگی داریم.

ستاری با بیان اینکه زیست‌بوم ایجادشده در زیست‌فناوری، باید در حوزه فناوری حوزه دام، طیور و آبزیان نیز شکل بگیرد، افزود: همان زیست‌بومی که در تولید داروهای زیستی و نوترکیب شکل گرفته و این عرصه اکنون صاحب یک صنعت شده که دانش‌آموختگان داروسازی را در کشور ماندگار کرده است، باید در این حوزه شکل بگیرد.

نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان تحولی تازه در فناوری‌های ایجاد کرده است رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه این زیست‌بوم با عزم بخش خصوصی

که حاضر است در این بخش سرمایه خود را صرف کند شکل می‌گیرد، گفت: حاصل پژوهشی که صرفاً متکی به بودجه دولتی است راه به جایی نمی‌برد و این نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان است که می‌تواند تحولی تازه در فناوری‌های این حوزه ایجاد کند.

ستاری همچنین افزود: خط تولید مرغ، نمونه خوبی از وابستگی در فناوری‌های این حوزه است که در تمامی بخش‌های آن از نژاد جوجه تا پروبیوتیک‌ها و آنتی‌بیوتیک‌ها وابستگی وجود دارد و باید این بازار خارق‌العاده به دست شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی برسد. زیرا مهم‌ترین انگیزه بخش این جوانان دانشجو وجود کسب و کاری است که آینده‌ای روشن داشته باشد و در این حوزه آمادگی داریم با همکاری دانشگاه تهران حمایت‌های لازم را برای رونق این بخش انجام دهیم. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه برای این حوزه‌ها اولویت‌های جدی در این نهاد وجود دارد، گفت: به کمک این توانمندی و صرفاً با حمایت از بخش خصوصی و جوانان خلاق می‌توان برای رفع این نیاز اقدام کرد. این کار با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به درآمد بسیار بالا و اشتغال درخور توجه منجر می‌شود. البته کاستی‌های بسیاری وجود دارد که هر کدام فرصتی برای ایجاد اشتغال و ارزش افزوده و خودتکایی هستند. ما نیز در این بستر فکری جدید، به طور کامل آماده حمایت و همکاری هستیم.

به گفته وی، بهمن ماه نخستین کارخانه آنزیم کشور راه‌اندازی می‌شود. امسال نخستین واکسن ایران ساخت و سال آینده چهار واکسن وارد بازار دارویی کشور می‌شود. این موفقیت با سپردن کار به به بخش خصوصی ممکن شد. پس برای تولید محصول اثرمند باید بخش خصوصی وارد میدان شود.

نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در متن جامعه پررنگ شود

در بخش دیگری از این بازدید، محمدرضا مخبر دزفولی دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی با تأکید بر اینکه حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در متن زندگی جامعه باید مورد توجه بیشتری قرار بگیرد، اظهار کرد: نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در زندگی جامعه مشهود است و اگر این شرکت‌ها نبودند، قطعاً شاهد بهتر شدن ارائه خدمات و محصولات فناورانه نبودیم. حضور این شرکت‌ها باید به دیگر بخش‌ها از جمله زیست‌پزشکی و پزشکی دامی نیز تسری و توسعه پیدا کند.

مخبر دزفولی ادامه داد: این پژوهشکده وابسته به دانشکده دامپزشکی دانشگاه تهران، تحقیقات گسترده‌ای را در حوزه دامپزشکی و زیست‌پزشکی انجام داده است. محصولات دارویی بیولوژیک و واکسن‌های انسانی دامی و انسانی در این پژوهشکده تولید شده است و در مرحله تجاری‌سازی قرار دارد. به گفته وی، همچنین اتاق‌های تمیز، بخش مراقبت‌های ویژه و آزمایشگاه پاتولوژی و کشت بافت از بخش‌های این پژوهشکده است. البته محصولات دارویی بیولوژیک، واکسن‌های انسانی دامی و انسانی نیز در این پژوهشکده تولید شده است و دو محصول گیاهی تولیدشده آن نیز مرحله تجاری‌سازی قرار دارد.

ماحصل سفر وزیر از تباطات به نمایشگاه باکوتل

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در حاشیه نمایشگاه ارتباطات و فناوری باکو، با دبیر کل اتحادیه جهانی مخابرات درباره تحریم‌های یک‌جانبه علیه ایران و با مسئولان حوزه ارتباطات آذربایجان درباره تداخل فرکانسی مرزی بین دو کشور، مبلات مالی پستی و گسترش همکاری‌ها در حوزه امنیت سایبری و توسعه روابط سازمان فناوری ایران، گفت‌وگو کرد.

به گزارش ایسنا، بیست‌وپنجمین نمایشگاه بین‌المللی ارتباطات، نوآوری و فناوری‌های پیشرفته باکو موسوم به «باکوتل» در روزهای ۱۲ تا ۱۵ آذرماه جاری برگزار شد و محمدجواد آذری جهرمی – وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران – هم با هیاتی متشکل از ۱۴ استارت‌آپ ایرانی در این نمایشگاه حضور یافت. علت حضور استارت‌آپ‌های ایرانی در این نمایشگاه، تلاش برای یافتن بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی است. آذری جهرمی در یکی از دیدارهای خود در جریان سفر به جمهوری آذربایجان در حاشیه نمایشگاه باکوتل، با رامین قلی‌زاده – وزیر ارتباطات و حمل و نقل جمهوری آذربایجان – دیدار کرد و در این دیدار دو طرف ضمن تأکید بر گسترش روابط، روند تسریع اجرای تفاهات و توافقات گذشته را بررسی کردند و در جریان این مذاکرات هر یک از طرفین دستوراتی را برای اجرایی‌شدن هرچه سریع‌تر توافقات پیشین صادر کردند. تداخل فرکانسی مرزی بین دو کشور، مبلات مالی پستی، گسترش همکاری‌ها در حوزه امنیت سایبری و توسعه روابط سازمان فناوری ایران با مرکز نوآوری جمهوری آذربایجان، از جمله مباحث این دیدار بود.

تلاش برای توسعه بازار ۲ کشور ایران و آذربایجان

آذری جهرمی در این دیدار تأکید کرد: جمهوری آذربایجان فضای رو به رشد خوبی در حوزه فناوری اطلاعات دارد و همکاری‌های عمیقی بین وزارت ارتباطات ایران و مجموعه وزارت ارتباطات و حمل‌ونقل آذربایجان وجود دارد، بنابراین این یک فرصت بسیار خوب برای شرکت‌های دو کشور است تا بازار خود در منطقه را توسعه دهند و طرح «منطقه قوی‌تر» را به طور عملی محقق کنند، هرچند نتایج آن نیز روزبه‌روز روشن‌تر و ملموس‌تر می‌شود. قلی‌زاده نیز با تأکید بر اهمیت توسعه روابط با جمهوری اسلامی ایران گفت: روسای جمهور ایران و آذربایجان و همچنین مردم دو کشور روابط بسیار خوبی با یکدیگر دارند که نتایج مثبت این رابطه را هم ما می‌توانیم در مناسبات و همکاری‌های دوجانبه بین وزارخانه‌های دو کشور مشاهده کنیم و امیدوارم این روند بیش از پیش توسعه و گسترش پیدا کند. آذری جهرمی همچنین درباره این دیدار گفت: روابط دوجانبه ایران و آذربایجان به ویژه در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات به خوبی در حال پیشرفت است. تفاهماتی که در این مدت با آذربایجان پیگیری می‌کردیم در حال اجرایی‌شدن است. هم‌اکنون سه شرکت ایرانی به طور رسمی فعالیت‌های خصوصی خود را در مرکز نوآوری این کشور آغاز کرده‌اند. این سرآغاز یک حرکت اقتصادی بود که ما از قبل شروع کردیم و امروز به نتیجه رسیده است تا بر پایه تفاهات سیاسی که بین دو کشور بود، شرایطی را فراهم کنیم تا شرکت‌های ایرانی بتوانند در این کشور حاضر شوند و به توسعه بازار خود بپردازند.

کاهش هزینه‌های رومینگ در مناطق مرزی

آذری جهرمی با بیان اینکه در این دیدار مباحث مهمی مثل تداخل فرکانسی مرزی دو کشور مطرح شد، گفت: تماس‌های برخی از شهروندان ما در مناطق مرزی به صورت ناخواسته به شبکه تلفن همراه کشور آذربایجان رومینگ می‌شود. به صورت متقابل هم این مساله وجود دارد. هرچند این مساله به شدت کاهش پیدا کرده و تا شعاع ۲٫۵کیلومتری به نوعی مدیریت شده است، ولی تقریباً نزدیک به ۱۸۰ روستا در استان اردبیل همچنان در این شعاع ۲٫۵ کیلومتری قرار دارند. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات تأکید کرد: تفاهمی کرده بودیم که این تداخل را به حداقل برسانیم که این هزینه رومینگ ناخواسته به مردم تحمیل نشود. کارگروه مشترکی تشکیل شده بود تا کارهای اندازه‌گیری را انجام دهند که این کار را آغاز کرده‌اند و مقرر شده تا طرف آذربایجانی سریع‌تر تعهدات خود را در این رابطه عملیاتی کند. وی با اشاره به بحث امنیت سایبری در این نشست گفت: برای مقابله با حملات سایبری که به دو کشور می‌شود، بنا بود مرکز ماهر ایران و مرکز سرت جمهوری آذربایجان متصل شوند که براساس توافقات میان دو کشور این اتصال اکنون برقرار شده است و این هم یک نوع پیشرفت در روابط دوجانبه ایران و آذربایجان است.

دیدار با دبیر کل اتحادیه جهانی مخابرات

آذری جهرمی در این سفر همچنین با هولین ژائو، دبیر کل ITU (اتحادیه جهانی مخابرات) دیدار و درخصوص همکاری‌های دوجانبه ایران با این اتحادیه جهانی گفت‌وگو کرد و آنها همکاری‌های دوجانبه ایران و این سازمان بین‌المللی را بررسی کردند. در این دیدار وزیر ارتباطات از دبیر کل اتحادیه جهانی مخابرات برای دیدار از ایران دعوت کرد و مقرر شد او اسفندماه سفری به تهران داشته باشد. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در این دیدار با انتقاد از تحریم‌های یک‌جانبه و غیرقانونی علیه مردم ایران تأکید کرد که این تحریم‌ها بر روند سرعت توسعه فناوری در ایران می‌تواند تاثیر گذار باشد و ضروری است که نهادهای بین‌المللی از جمله اتحادیه جهانی نسبت به این تحریم‌ها واکنش نشان دهند. دبیر کل اتحادیه جهانی مخابرات ITU نیز با اشاره به تحریم‌ها علیه جمهوری اسلامی ایران گفت: ایران دوستان زیادی در سطح منطقه و در جهان دارد و متأسفانه آمریکا نگاه بلندمدتی در این زمینه ندارد. هولین ژائو همچنین از نقش سازنده جمهوری اسلامی ایران در اجلاس‌های بین‌المللی و کمک به توسعه دانش در حوزه ارتباطات تقدیر کرد. آذری جهرمی با اشاره به یکی از توافقات این جلسه گفت: با آمادگی که داشتیم ایران اواخر فروردین ماه میزبان یکی از کارگروه‌های علمی استانداردسازی مقررات مخابراتی در حوزه ۵G کارگروه چهارم و پنجم در ایران خواهد بود و با حضور فعال دانشمندان ایرانی و خارجی جلسه‌ای را برگزار خواهیم کرد.

توسعه همکاری‌ها با کشور افغانستان

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات تأکید کرد: توسعه همکاری‌ها با افغانستان به‌خصوص توسعه همکاری‌های علمی با این کشور از دیگر مباحث مطرح‌شده بود. دبیر کل ITU درخواست داشت که ما مساعدت‌هایی را برای توسعه دانش ارتباطات و فناوری اطلاعات از طریق تربیت دانشجو در افغانستان داشته باشیم که ما در این زمینه اعلام آمادگی کردیم و بنا شد که ایشان نیز با وزیر افغانستان گفت‌وگویی داشته باشد و ما برای مذاکره و توسعه همکاری‌ها میزبان وزیر افغانستان در ایران باشیم. آذری جهرمی تصریح کرد: طبیعتاً یکی از کارهایی که دبیر کل ITU در حوزه هماهنگی‌های خود انجام می‌دهد، همگن‌سازی توسعه دانش در کشورهای مختلف است که درخواست ایشان این بود که ما نگاه ویژه‌ای برای آموزش در حوزه فناوری در افغانستان داشته باشیم که البته سیاست ما در کشور هم بوده است. بحثی هم در ارتباط با آینده تکنولوژی ۵Gدر کشورهای مختلف شد که این تکنولوژی در حال پیشرفت است و مسیری که ما در ایران هم انتخاب کرده‌ایم با جدیدی بیشتری ادامه پیدا خواهد کرد.

بخشی مهمی از اقتصاد آینده متعلق به حوزه فضایی است

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات همچنین در ادامه دیدارهای خود با رشاد نبی‌اف – رئیس شرکت آژانس فضایی جمهوری آذربایجان – دیدار کرد. آذری جهرمی با بیان اینکه دانش فضایی و ساخت ماهواره اهداف مختلفی دارد، گفت: بخش اعظم اقتصاد آینده متعلق به حوزه فضایی است، بنابراین باید جایگاه خود را در این بازار تعریف کنیم که آیا می‌توانیم مصرف‌کننده باشیم یا تولیدکننده. وی افزود: در حوزه فضایی در حال حاضر چند کشور به صورت خاص برنامه‌ریزی و با پیشرفت‌های قابل توجه عمده دستاوردهای این بخش را متعلق به خودشان کرده‌اند. ما در ایران برنامه‌ریزی کرده‌ایم در این حوزه تنها مصرف‌کننده نباشیم و بر همین اساس یک برنامه ۲۰ ساله تنظیم کرده‌ایم که نیمی از آن گذشته و تلاش داریم تا منظومه فضایی را تشکیل دهیم. بر این اساس توسعه صنعت فضایی برای ما یک ضرورت راهبردی است. آذری جهرمی تأکید کرد در این رابطه از هر نوع همکاری دوجانبه و چندجانبه استقبال می‌کند و سازمان فضایی ایران این آمادگی را دارد تا باب همکاری مشترک با آژانس فضایی جمهوری آذربایجان را باز کند. رشاد نبی‌اف هم در این دیدار با ابراز خشنودی از تمایل جمهوری اسلامی برای همکاری گفت که جمهوری آذربایجان هم از شکل‌گیری همکاری مشترک استقبال می‌کند. وی تأکید کرد که آمادگی دارد در کوتاه‌ترین زمان ممکن برای آغاز گفت‌وگوهای دوجانبه میزبان رئیس سازمان فضایی ایران در باکو باشد.

دیدار با استارت‌آپ‌های حاضر در باکو

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات همچنین با شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های ایرانی حاضر در نمایشگاه باکوتل دیدار و به آنها توصیه کرد از فرصت و ظرفیت حضور در نمایشگاه باکوتل برای توسعه بازار خود نهایت استفاده را ببرند و تعامل با شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های کشورهای منطقه می‌تواند به رشد اکوسیستم استارت‌آپ‌های ایرانی نیز تاثیر بگذارد.

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی

دوشنبه ۱۸ آذر ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۴۷ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۰۷۳۳۸۱۰۶۶

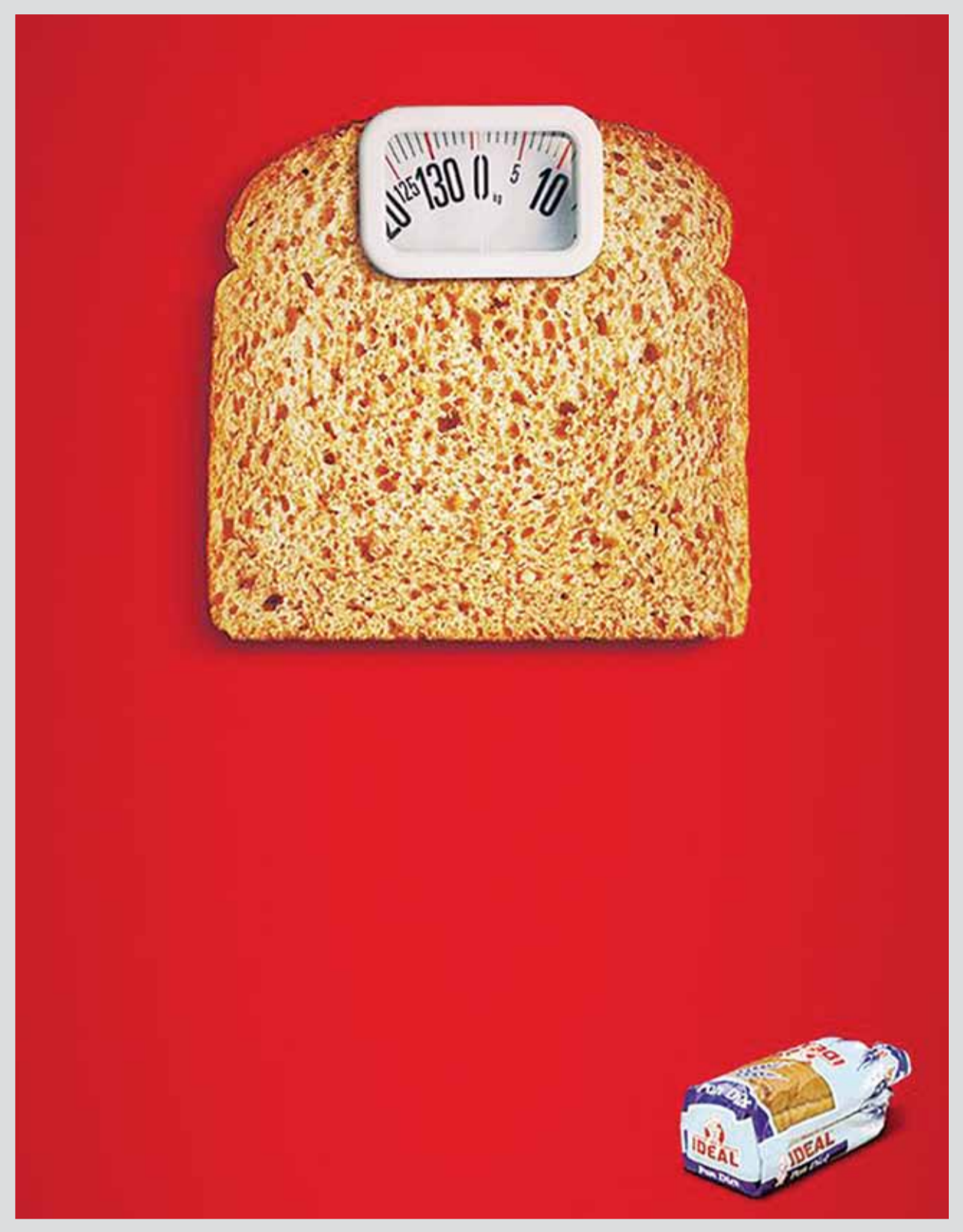
روابط عمومی: ۰۷۳۱۴۳۰۶۶ **فکس تحریریه:** ۰۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی‌ها: ۰۷۳۳۱۲۰۶۶ **امور مشترکین:** ۰۷۳۱۴۳۰۶۶

آیین‌نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

چگونه دیگران را متقاعد کنیم حرف‌مان را بپذیرند؟

۲. یک تصویر مثبت بسازید

هر از گاهی، ما افراد را به عنوان اشخاص قابل‌اعتماد و اشخاص غیرقابل‌اعتماد دسته‌بندی می‌کنیم. ایجاد یک تصور قابل‌اعتماد باعث می‌شود کار متقاعدکردن آسان‌تر شود. مسئول کلمات خود باشید قبل از قضاوت یا نتیجه گرفتن، اعتبار خودتان را چک کنید.

۳. ارائه‌تان را بهبود دهید

حتی اگر شما یک استدلال قوی داشته باشید، باید پیام را به طرز شفاف و قانع‌کننده به درستی انتقال دهید. در طول ارائه داشتن تماس چشمی کافی، اعتماد به نفس را افزایش می‌دهد و صدا را متقاعد می‌کند. از توقف‌های ناگهانی در جملات اجتناب کنید. ارائه خود را به روش نقطه‌به‌نقطه تقسیم کنید. افراد فقط زمانی می‌توانند ایده‌های شما را بپذیرند که منظور شما را فهمیده باشند.

۴. استدلال‌های قوی داشته باشید

اعتبار مهم است. اگرچه به تنهایی برای متقاعدکردن دیگران کافی نیست، داشتن یک استدلال جامع و کاملاً توسعه‌یافته همیشه مهم است.

به دنبال شواهد حمایتی کافی باشید آیا استدلال شما بی‌اساس است یا توسط شواهد قابل‌اطمینان پشتیبانی می‌شود؟

گاهی اوقات یک یا دو شواهد ناکافی است. سپس شما باید راه دیگری را برای قدرتمند کردن ایده خود به کار ببرید.

آیا استدلال مشابهی در دسترس است؟ اگر بله، آیا در این وضعیت قابل اجرا هستند؟ استدلال خود را قبیل از ارائه کامل کنید.

باور شخصی و توجه به احساسات شنوندگان مکمل اعتبار هستند. اگر دو نفر با استدلال‌های قابل‌اطمینان یکسان ایده خود را ارائه دهد، افراد ایده کسی که تصویر شخصی بهتری دارد، قبول می‌کنند.

به یاد داشته‌ باشید که اعتبار استدلال هرگز بی‌اهمیت نیست. فقط اینکه اعتبار صرفاً به‌تنهایی قانع‌کننده نیست.

اگر ما موفق به تعادل بین سه مؤلفه تضمین تأثیر شویم، همه ما به گوش خواهند داد.

منبع: **Lifehack/ucan**

استدلال تغییر نمی‌کند.

معتبربودن یک استدلال به اندازه کافی ما را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد.

پس چه چیزی کم است؟

۱۳ اجزای متقاعدکننده مؤثر

ارسطو، فیلسوف معروف، سه مؤلفه متقاعدکننده را معرفی کرده است.

اعتبار استدلال، احساسات شنوندگان و تصاویر شخصی سخنرانان.

همه اینها به طور کل بر مشروعیت ما تأثیر می‌گذارند. نادیده گرفتن هر یک از اجزای می‌تواند این تضمین را بی‌اثر کند.

احساسات شنوندگان، با متمایل کردن آنها به گوش دادن به استدلال، متقاعدکننده هستند. بدون آن حتی متقاعدکننده‌ترین بحث مورد پذیرش واقع نخواهد شد و با وجود آن حتی یک ایده توسعه‌نیافته به خوبی پشتیبانی خواهد شد.

تصاویر شخصی سخنرانان، به دلیل گرایش شنوندگان برای اعتمادکردن به وی مؤثر هستند. این می‌تواند تصور «او مسئول و سخت‌کوش بوده» یا «به نظر قابل‌اعتماد می‌آید» را ایجاد کند.

اعتبار استدلال در این مورد بی‌اهمیت است.

مطمئناً، ما هنوز هم به یک استدلال کارآمد نیاز داریم تا دیگران را متقاعد سازیم. بااین‌حال، اعتبار تنها برای متقاعدکردن دیگران کافی نیست.

چه کار کنیم همه به من گوش دهند؟

پس از یادگیری آنچه ممکن است در متقاعدکردن ما فایده باشد، اکنون باید دقیقاً بدانیم که چه کاری می‌توانیم انجام دهیم تا این نکات را در استفاده روزانه خود استفاده کنیم.

۱.از وضعیت احساسات شنوندگان خود آگاهی داشته‌باشید

زمان مناسب هنگامی که شنوندگان آرام و آماده گوش‌دادن هستند را انتخاب کنید.

هرگز عاقلانه نیست که بحثی را با افرادی که از لحاظ عاطفی

ناپایدارند، شروع کنیم.

به زبان بدن شنوندگان و حالات چهره آنها توجه کنید. بعضی‌اوقات بدن آنها سیگنال‌هایی از اینکه تمایل به شنیدن ندارند یا خسته هستند نشان می‌دهد. ادامه دادن در این شرایط نادرست است.